

Taiteen kentän kaksoisagentit

Galleriat talouden ja taiteen yhdistäjinä

Antti Hyrkäs

Helsingin yliopiston valtiotieteellinen tiedekunta

Sosiologian laitos

Pro gradu -tutkielma

21.11.2007

Sisälllys

1	Johdanto: jakaantunut galleriakenttä	1
1.1	Tutkimuskysymykset	3
2	Taidemaailman historia ja toimijat	5
2.1	Taiteen ja talouden vaikea liitto	5
2.1.1	Pierre Bourdieu ja laskennan tabu	8
2.2	Galleria taidemarkkinoiden jäsentäjänä	10
2.2.1	Galleriainstituution historiaa	11
2.2.2	Taidegallerian funktio	12
2.2.3	Taiteen hinnoittelu	14
2.3	Suomalaisen taidemaailman erityispiirteitä	16
3	Taide kenttänä ja järjestelmänä	20
3.1	Bourdieu'n monokontekstuaalinen yhteiskuntakäsitys	21
3.2	Niklas Luhmann ja polykontekstuaalinen yhteiskunta	23
3.3	Taide ja talous funktionaalisina osajärjestelminä	26
3.4	Organisaatiot näkökulmana osajärjestelmiin	29
3.4.1	Gallerian paradoksi ja sen purkaminen	32
4	Tutkimusasetelma, aineisto ja menetelmät	37
4.1	Haastattelut	38
4.2	Aineiston käsittely	40
4.2.1	Analyttiset strategiat menetelminä	41
4.2.2	Konstruktionistinen näkökulma aineistoon	43
5	Taidekaupan problematiikka ja gallerian rajat	46
5.1	Galleria supermarketina –tapaus Pikasso	47
5.2	Hyvä taide ei aina myy –tapaus Kenetti	50
5.3	Taiteen hinnoittelu ja häveliäisyys	53
5.4	Välitilinpäätös: taiteen tuotteistamisen paradoksi	56
6	Paradoksin peittyminen gallerian itsekuvauksessa	60
6.1	Galleria perheenä	60
6.2	Galleria kaveripiirinä	65
6.3	Välitilinpäätös: sosiaalinen deparadoksifikaatio	69
7	Tulkintaa: galleria rakenteellisena kytkentänä	72
7.1	Talouden liiallinen ja liian vähäinen resonanssi	74
7.2	Gallerian erityistehtävä: parasiittisuhteen kääntäminen	77
7.3	Loppusanat: taide keskusteluna ja kauppatavarana	81
	Lähteet	84
	Liitteet	92

Kuviot

1	Taidegallerian kaksi tehtävää.	16
2	Muotoanalyysin ja semanttisen analyysin välinen suhde.	43
3	Talouden liiallisen resonanssin kehä.	75
4	Taiteen ja talouden käänteiset parasiittisuhteet.	79

1 Johdanto: jakaantunut galleriakenttä

Yksityinen taidegalleria on paikka, jonka kautta uusin kuvataide saa ensikosketuksen yleisöönsä. Ennen taidenäyttelyyn avaamista galleria on valinnut taiteilijan monien hakijoiden joukosta. Tällä valinnalla se on antanut oman panoksensa taidekentän käymään keskusteluun, jossa päätetään, minkälainen ja kenen tekemä taide ansaitsee kentän huomion ja arvostuksen. Galleria on myös mukana päättämässä, mitä teoksia ripustetaan näyttelytilan seinille ja mitä ei. Galleria on siis ensimmäinen askel yhteiskunnallisessa prosessissa, jossa määritellään hyvä taide.

Helsinkiin on viimeisten kymmenen vuoden aikana perustettu useita uusia gallerioita, jotka tarjoavat vaihtoehtoisen esittelykanavan uudelle nykytaiteelle. Taidekentällä ja tiedotusvälineissä näitä uusia näyttelytiloja on kutsuttu vaihtoehtogallerioiksi, koska ne haastavat perinteiselle yksityiselle gallerialle tuttuja tekemisen tapoja. Uudet tulokkaat ovat luopuneet gallerioille tyypillisestä arvovaltaisesta imagosta, jotkut ovat jopa hylänneet "modernismin valkoisen kuution" galleriatilan ideaalityyppinä. Tärkein ero perinteisiin gallerioihin nähden löytyy kuitenkin rohkeasta näyttelyohjelmasta. Vaihtoehtogallerioissa esitetään usein taidetta, joka jää syystä tai toisesta perinteisten gallerioiden ulkopuolelle. Siis teoksia, jotka ovat joko kotioloihin sopimattomia, tuntemattoman taiteilijan tekemiä tai muuten vain vaikeasti myytäviä.

Vaihtoehtogallerioiden aalto ei ole jäänyt medioilta huomaamatta. Lehtiartikkeleissa vaihtoehtogallerian lisänimen ovat ansainneet viime vuosina ainakin seuraavat helsinkiläisgalleriat: Parasit3, Myymälä2, 00130 Gallery, Huuto, Majakka sekä Galleria Grappo. Galleriat toisiinsa niputtava määritelmä vaihtelee artikkelin mukaan. Joskus "Nuoret galleristit taistelevat vaihtoehtoisuuden kentällä ja kaupallisuutta vastaan" (City 6/2006), joskus ne ovat "taiteen, muodin ja designin monitoimitiloja, joista taidegallerian lisäksi löytyy vaikkapa kauppa tai työhuone" (Muoto 3/2005).

Vaihtoehtogallerioiden olemassaolo tuo tiettyjä varauksia yksityisen taidegallerian määritelmään. Yksityisten gallerioiden tehtäväksi on nähty taideteosten esteettisen arvon kääntäminen taloudelliseksi arvoksi (ks. esim. Moulin 1987). Vaihtoehtogallerioiden tapauksessa näyttäisi siltä, että taide on ikään kuin vapaassa assosiaatiossa vailla kaupallisen menestyksen pakkoa. Kiinnostava kysymys on, muuttuuko mikään, kun galleria ei

ajattelle teosten ostettavuutta. Tähän kysymykseen vastaaminen on haasteellista, koska taidemaailmalle on muodostunut historian kuluessa kaksijakoinen suhde talouteen ja markkinoihin. Aikaisemmat tutkimukset ovat osoittaneet, että taiteen kentällä vallitsee taloudellista logiikkaa hylkiviä periaatteita (ks. esim. Bourdieu 1998). Kuitenkin taidekenttää pidetään liikkeessä suurelta osin taidemarkkinoiden välityksellä. Tutkimuksen lähtökohtana on oletus, että tämä ristiriita elää galleristin puheessa; että talouden ja taiteen yhdistäminen muodostaa paradoksin, joka galleristin on peitettävä tai väistettävä, jotta toiminta saisi mielekkäät puitteet. Galleristin kiinnostavuutta lisää se, että hän on yksi tahoista, jotka määrittelevät ja arvottavat taidetta ja joiden sanalla on painoa. Galleristien näkökulmilla ja niiden muutoksilla on siis yhteiskunnallista merkitystä.

Tämän pro gradu -tutkielman tarkoituksena on selvittää ensinnäkin, miten taiteellisen ja kaupallisen raja piirtyy galleristien puheessa. Ja toiseksi, missä määrin vaihtoehtogallerioiden ja perinteisten gallerioiden puhe taiteesta ja siihen liittyvästä kaupallisuudesta eroavat toisistaan.

Pro gradu -työni osallistuu kahteen sosiologiassa käytävään keskusteluun. Ensimmäinen keskustelu on laaja taidekentän erityispiirteitä koskeva keskustelu (esim. Becker 1982, Bourdieu 2005). Pyrin siis rikastuttamaan taidekentän dynamiikasta käytävää sosiologista keskustelua. Tässä keskustelussa ei ole aikaisemmin otettu pelkästään gallerioita tarkastelun kohteeksi. Galleriat on selitetty yhtenä osana kenttää, mutta galleristien puheeseen ja sen takana piileviin erotteluihin ei ole koskaan pureuduttu syvemmmälle.

Toinen keskustelu, johon työni liittyy on keskustelu yhteiskunnallisten osajärjestelmien välisistä suhteista. Niklas Luhmannin (esim. 2005) sosiologiasta ammentava pohdinta antaa mahdollisuuden tarkastella gallerioita kahden funktionaalisesti eriytyneen, kommunikaatiosta rakentuvan järjestelmän, taiteen ja talouden, yhdistäjänä. Luhmannin yhteiskuntateoria antaa lähtökohdat tarkastella yhteiskuntaa vain ja ainoastaan kommunikaatiosta koostuvana järjestelmänä vastapainona toimivuutta ja valtasuhteita korostaville teorioille.

Tutkielmani rakenne on seuraavanlainen: Luvussa 2 tarjoan lyhyen katsauksen galleriainstituution historiaan, suomalaisen taidekentän rakenteeseen ja erilaisiin gallerioihin. Esittelen myös taiteen ja talouden väliselle jännitteelle annettuja sosiologisia selityksiä.

Luvussa 3 vertailen Bourdieun ja Luhmannin näkemyksiä taiteesta ja avaen Luhmannin teoriaa tutkimukseni näkökulmasta. Luvussa 4 esittelen tutkielmani aineiston ja menetelmät. Luvussa 5 etsin aineistosta merkkejä siitä, mitkä ovat taiteen ja talouden välillä toimimisen suurimmat haasteet. Luvussa 6 analysoin, miten nämä haasteet otetaan vastaan ja käsitellään gallerioissa. Luvussa 5 liikun yleisellä tasolla, luvussa 6 nostan esille gallerioiden välisiä eroavaisuuksia. Luku 7 on yhteenveto edeltävistä luvuista ja hyppy tutkimustulosten yhteiskuntateoreettisiin implikaatioihin. Tässä erityisenä kiinnostuksen kohteena on taiteen ja taidegallerian asema funktionaalisesti eriytyneessä yhteiskunnassa.

1.1 Tutkimuskysymykset

Pro gradu -tutkielmani kohdistuu yksityisen taidegallerian haasteisiin taiteen ja talouden yhdistäjänä. Talouden ja taiteen jännitteistä suhdetta erittelen tarkemmin luvuissa 2 ja 3. Yleisellä tasolla voidaan sanoa, että kyse on kahdesta yhteiskunnallisesta osajärjestelmästä ja niiden erilaisista tavoista käsitteellistää asioiden arvo. Taide korostaa erityisarvoa, taloudelle kelpaa vain laskennallinen, helposti vertailtava arvo. Taideteos pyrkii olemaan originaalinen, raha pyrkii toistamaan itseään ja kasautumaan. Tällaisten erilaisien maailmojen välillä taidegalleriat joutuvat operoimaan, jos ne pyrkivät toimimaan aktiivisesti markkinoilla. Miten galleria erittelee ympäristöään näiden jännitteiden läsnä ollessa? Entä miten on asian laita vaihtoehtogallerioissa, joissa myynti on toissijaista, jos ei täysin yhdenmukaista? Mitä vaikutuksia sillä on taidekentän sisäiseen kommunikointiin, että osa galleriakentän toimijoista on hylännyt talous- ja taidepuheen rinnakkaisen käytön?

Tutkimusongelman ydin, johon odotetaan vain osittaista vastausta, on seuraava: onko perinteinen taidetta myyvä galleria vanhentunut muoto, joka on korvautumassa toisella, paremmin suomalaiseen taidekenttään sopivalla tekemisen tavalla, vai onko kysymys vain toisiaan täydentävistä muodoista? Tätä tutkielmani keskiössä olevaa problematiikkaa lähestyn tutkimuskysymyksillä, jotka vaihtelevat suuresti abstraktiotasoltaan: osa kysymyksistä pyrkii tuottamaan teoreettisesti relevanttia tietoa ilmiöstä ja osa tähtää jäsentämään galleristien puhetta lähempänä arkijärkeä ja galleristien omaa asiantuntijuutta. Tutkimuskysymykset olen jakanut kolmeen osaan:

- 1 Miten galleria kiertää tai käsittelee talouden ja taiteen vaikean yhteen sovitettavuuden?
 - 1.1 Miten galleristit määrittelevät hyvän taiteen ja sen suhteen kaupalliseen menestykseen?
 - 1.2 Miten taloudellinen voitontavoittelu liitetään osaksi taidejärjestelmää?
 - 1.3 Milloin taide on vailla taloudellista arvoa? Entä milloin taide on vailla taiteellista arvoa?
- 2 Mikä vaikutus taloudellisella riskillä tai sen puuttumisella on gallerian itsekuvaukseen?
 - 2.1 Kuinka bisnesnäkökulmaa perustellaan tai kritisoidaan?
 - 2.2 Miten hahmottuu galleristin suhde taiteilijaan vaihtoehtogallerioissa ja miten perinteisemmissä gallerioissa?
 - 2.3 Miten hahmottuu suhde taiteen hinnoitteluun vaihtoehtogallerioissa ja miten perinteisemmissä gallerioissa?
- 3 Mitä galleristien haastattelut paljastavat yhteiskunnan osajärjestelmien välillä toimivien organisaatioiden – tässä tapauksessa gallerioiden – toiminnasta ja haasteista? Entä taidejärjestelmän nykytilasta ja haasteista?

Ensimmäisessä kysymysryppäässä etsin galleristien haastatteluissa esiintyviä samankaltaisuuksia eli gallerioita yhdistäviä tekijöitä. Toisessa kysymysryppäässä mielenkiinnon kohteena on se, kuinka galleriat eroavat toisistaan. Tällainen ero voi ilmetä esimerkiksi galleristien tavassa käyttää eufemistista eli kaunistelevaa kieltä talousasioista puhuttaessa. Kysymysrypäs 3 on kysymysryppäitä 1 ja 2 teoreettisempi. Siinä pyrin tarkastelemaan galleriaa paitsi galleriana, myös esimerkkitapauksena osajärjestelmien välillä toimivasta organisaatiosta.

Kysymysten on tarkoitus mahdollistaa kommunikaation käsitteleminen konstruktionistisesta näkökulmasta eli maailmaa rakentavana tietona. Kysymyksissä ei haeta kommunikaation taustalla vaikuttavaa maailmaa. Sen sijaan tutkitaan kommunikaatiota suhteessa muuhun maailmassa ilmenevään kommunikaatioon ja sen järjestäytymisperiaatteisiin. Niklas Luhmann on esittänyt niistä oman tulkintansa sosiologina. Kysymysten yksinkertainen abstraktiotaso mahdollistaa sen, että vastauksia löytyy muiltakin kuin Luhmannin edustamalta systeemiselä tasolta. Se, kuinka suuressa määrin teoreettisesti suuntautunut analyysi on tutkielman kannalta hedelmällistä, selviää vasta tutkielman edetessä.

2 Taidemarkkinoiden historia ja rakenne

Elokuville ja kirjallisuudessa taiteilija kuvataan usein saman stereotyypin avulla: taiteilija on köyhä, ihmisenä vaikea nero, joka uskoo kohtaloonsa tulla suureksi mestariksi. Stereotyyppiä on epäilemättä pohjansa todellisessa elämässä, sillä kuvataiteella rikastuvat vain harvat ja valitut. Voidaan kuitenkin kysyä, haluaako yhteiskunta nähdä taiteilijan edellä esitetyn stereotypian kaltaisena, ja jos haluaa, niin miksi. Vastaus saattaa löytyä eräistä taidemaailman erityispiirteistä, jotka yhdistävät taiteellisen luomistyön johonkin korkeampaan ja pyhäksi koettuun ja vaikeuttavat sen yhteensovittamista talouden kanssa.

Tämän luvun tarkoituksena on tutustuttaa lukija taidejärjestelmän eriytymiseen ja taiteen ja talouden väliseen viha-rakkaussuhteeseen. Samalla perustelen, miksi tutkimusongelmani on todella tutkimisen arvoinen. Aloitan esittelemällä luvussa 2.1 varhaisia sosiologisia huomioita taiteen omalakisuudesta ja jännitteisestä suhteesta rahaan. Esitys on esseemäinen ja pyrkii osoittamaan, että taiteen yhteiskunnallinen eriytyminen ja sen vaikutukset eivät ole menneet varhaisiltakaan yhteiskuntateoreetikoilta täysin sivu suun. Luvussa 2.2 kerron aikaisempiin tutkimuksiin nojaten, mitä tehtävää galleria on syntynyt toteuttamaan taiteen kentällä. Vaikka aihe on laaja, käyn sen läpi tiivistäen päästäkseni spesifimmin tutkimusaiheeni äärelle. Luvussa 2.3 esittelen suomalaisen taidekentän erityispiirteitä tutkimuskysymykset mielessäni ja erityisesti gallerioita silmällä pitäen.

2.1 Taiteen ja talouden vaikea liitto

Helpompi on kamelin mennä neulansilmästä kuin rikkaan päästä Jumalan valtakuntaan (Mark. 10:25).

Yksi varhaisimmista sosiologisista taidekenttää koskevista huomioista on peräisin Max Weberiltä (1989), jonka mukaan taiteen tehtävä muuttui radikaalisti, kun länsimaaisissa yhteiskunnissa siirryttiin traditionaalisesta moderniin kulttuuriin. Weber katsoi, että taiteen uutena funktiona oli nyt rationalisoitumisen asettamien paineiden poistaminen samaan tapaan kuin uskonto oli poistanut paineita ja ohjannut energioita traditionaalisemmissa yhteiskunnissa. Weberin mukaan

[t]aide konstituoituu nyt yhä tietoisemmin käsitettyjen itsenäisten arvojen kosmokseksi. Se ottaa itselleen – samantekevää miten tulkitun – maailmansisäisen pelastuksen funktion: pelastuksen arkipäivästä ja ennen kaikkea teoreettisen ja praktisen rationalismin kasvavasta paineesta. Tämän vaatimuksensa ansiosta taide astuu suoranaiseen kilpailuun pelastususkonnon kanssa. (Weber 1989, 150.)

Weber näki siis taiteen itsenäisenä osa-alueena, jolla oli oma, joskin vain lainattu tehtävänsä yhteiskunnassa. Taiteen funktio rakentui paikkaamaan selitysvoimaansa menettäneen uskonnon funktiota. Tämä herättää kysymyksiä: jos taide ja uskonto toimittavat yhteiskunnallisesti jotakuinkin samaa tehtävää, onko niiden suhde muuhun yhteiskuntaan myös samanlainen? Tiettyä samankaltaisuutta voidaan havaita ainakin uskonnon ja taiteen suhtautumisessa rahaan ja yleisemmin taloudelliseen laskennallisuuteen. Sekä uskonnon että taiteen alueella esiintyy tiettyä aversiota rahataloutta ja sen edustamaa laskennallista logiikkaa kohtaan. Myös hyvinvointipolitiikassa taloudesta puhuminen ajautuu usein ongelmiin. Esimerkiksi hoivapalveluiden toivotaan parantuvan kilpailuttamalla, mutta hoivan erittelemisen kustannuksiksi ja näistä kustannuksista tinkiminen koetaan kiusalliseksi (esim. Andersen 2000).¹

Taidemaailmakin käy jatkuvaa keskustelua siitä, missä määrin markkinat voidaan päästää jäsentämään taidemaailman sisäisiä prosesseja. Esimerkiksi Jürgen Habermas (ks. Sevänen 1998, 247–248) on kirjoittanut, että modernisaation edetessä taide jätettiin alueeksi, jolla voitiin kyseenalaistaa rationalisoitumiskehitystä ja kompensoida sen aiheuttamia menetyksiä. Taide oli vastapainoa kaikenkielelevänä näyttäytyvälle rationaalisuudelle. Tästä asetelmasta kumpusi ajankohdan sivistyneistöpiireille luonteenomainen vastenmielisyys taiteen kaupallistumista ja hallinnollistumista kohtaan. Habermasin käsittein ilmaistuna tuossa vastenmielisyudessa oli kyse siitä, että sivistyneistöpiirit pelkäsivät kaupallistumisen ja politisoitumisen tuhoavan taiteelle ominaisen esteettis-ekspressiivisen rationaalisuuden. Taide näyttäytyi elämysmaailman viimeisenä saarekkeena, ja tämän saarekkeen uhkasi peittää alleen systeemiä edustava talouselämä.

Eurooppalaisessa sivistyneistössä vallinnut pelko taiteen kaupallistumisesta oli vahvasti esillä 1800- ja 1900-lukujen taitteen julkisessa keskustelussa. Talouselämä oli järjestäy-

¹ On syytä mainita, että suhtautuminen taloudelliseen laskelmointiin ei ole koskaan ollut puhtaasti kielteistä. Esimerkiksi Adam Smith ja Bernard Mandeville argumentoivat jo 1700-luvulla itsekkään voitontavoittelun tuomien yhteiskunnallisten etujen puolesta. Heidän mukaansa kauppiasmentaliteettina ja markkinoilla tapahtuvana kilpailuna ilmenevällä itsekkyydellä oli seurauksia, jotka paransivat ihmisten elinololoja enemmän kuin epäitsekkäs yhteisen hyvän ajaminen (Kangas 2006, 184–218).

tynyt markkinoiksi, jotka hämmästyttivät ja huolestuttivat tehokkuudellaan. Weberin kantoi huolta talouden ja hallinnon rationalisoitumisen vaikutuksista: toiminnan laskennallinen luonne levisi muille elämänalueille kivettäen kulttuuriarvoja ja peittäen alleen inhimillisen toiminnan aidon merkityksen. Vielä viiltävämmän tämän pelon kiteytti Weberin aikalainen Georg Simmel kuuluisassa *Suurkaupunki*-esseessään:

[Raha] itse kruunaa itsensä kaikkien arvojen yhteiseksi nimittäjäksi kaikessa sävyttömyydessään ja välinpitämättömyydessään. Rahasta tulee hirvittävin erojen tasoittaja. Se riisuu peruuttamattomasti asioilta niiden ytimen, ominaislaadun, niiden oman erityisarvon ja niiden toisiinsa vertautumattomuuden. (Simmel 2005, 34.)

Kiihtynyt rahatalous toi siis mukanaan myös toisen uhan: se asetti kaiken yhteismitalliseksi rahassa ja näin ollen tasapäisti tai syrjäytti asioiden kulttuurisia arvoja. Raha ei välitä, käytetäänkö sitä seksin ostamiseen tai vaikkapa hyväntekeväisyyteen. Se reagoi aina samalla tavalla, ja sen edessä koko maailma järjestäytyy hinnoiksi ja maksukyvyiksi. Tämä on ristiriidassa taideteosten sisältämän erityisarvoa korostavan ajatuksen kanssa. Taideteoksen erityisarvon ajatus elää yhteiskunnassa yhtä syvälle juurtuneena kuin rahaan liitetty ajatus kylmästä ja laskelmoivasta arvosta. Rahan kritiikki osuu väistämättä myös kauppiaseen, joka nousee rahavaihdon kehittyessä uuteen arvostukseen. Rahataloudessa toiminnan valokeila siirtyy välittävään tahoon, joka alkaa hallita vaihdon osapuolia. Oswald Spengleriä siteeraten,

Rahaliikenteen mukana tuottajan ja kuluttajan kahden eri maailman välille ilmestyy "kolmas", jonka ajattelu valtaa heti liike-elämän. Se pakottaa ensimmäisen tarjontaan ja toisen kysyntään. Se kohottaa välityksen monopoliksi ja sitten talouselämän pääasiaksi ja pakottaa molemmat muut toimimaan muodossa omien intressiensä mukaan, tuottamaan tavaraa omien laskelmiensa mukaan ja ostamaan omien tarjouksiensa painostuksesta. (Spengler 1919, 451.)

Jos edellä esitetyt kuvaukset ovat oikeassa, voidaan kysyä, miten taidekauppias selviää tukalasta tilanteestaan. Miten taidegallerian toiminta voi olla mielekästä, jos taiteellinen substanssi heittelehtii ankkuroimattomana kysynnän ja tarjonnan aallokossa? Miten galleristi voi ankkuroida taiteellisen arvon?

2.1.1 Pierre Bourdieu ja laskennan tabu

Weberin esille nostama ajatus uskonnon ja taiteen samankaltaisuudesta tulee ehkäpä parhaiten esille Bourdieun (esim. 1998, 168–174) kirjoituksissa, joissa hän käsittelee "laskennan tabua". Ajatuskulku on seuraava: Moderni talousjärjestelmä on rakentunut esikapitalistisen talouden päälle. Esimodernit yhteisöllisyyden muodot vaikuttavat siis modernin maailman taustalla. Toisinaan tämä vaikutus on pidättelevä, modernin yhteiskunnan logiikkaa hidastava. Bourdieun mukaan esikapitalistinen talous "lepää perustavalla tavalla sen kieltämisen varassa, mitä me pidämme taloutena". On olemassa sosiaalisen elämän saarekkeita, joista ei mielellään puhuta talouden laskennallisin termein. Taloudellinen logiikka on vieras elämän osa-alueilla, joilla vallitsee suhteiden erityisyyttä korostava symbolisen vaihdon logiikka. Näillä alueilla antamiseen ei kuulu odotusta vastalahjasta. Taloudelliseen vaihtoon sisältyy tavalla tai toisella vastalahjan velvoite, joka tekee siitä ennustettavaa, mutta vie vaihdolta sen sosiaalisia siteitä vahvistavaa voimaa. Laskennan tabu on reaktio taloudellisen vaihdon esittämään uhkaan.²

Bourdieuille perhe ja koti ovat käypiä esimerkkejä symbolisen vaihdon saarekkeista, joiden sisäinen logiikka hylkii taloudellista vaihtoa sen markkinaperusteisessa muodossa. Rahatalouden kehittyessä ja taloussysteemin eriytyessä perheestä alkoi muodostua yhä enemmän taloudellinen yksikkö työnjaollisen yhteisön sijasta. Perhesuhteita ei kuitenkaan voinut redusoida taloudelliseen vaihtoon, vaan niitä oli suojattava korostamalla entisestään rakkauden merkitystä jäsenten välisessä vuorovaikutuksessa. Talous uhkasi perheelle tärkeää symbolista vaihtoa. Symbolinen vaihto perustuu lahjan logiikkaan, jossa lahjan antaja velvoittaa saajan antamaan vastalahjan. Sopimus on kuitenkin sanaton ja kunnioittaa siten sosiaalisten suhteiden pyhyyttä. Taloudellinen vaihto sen sijaan tekee itsekkästä toiminnasta näkyvää ja hyväksyttyä. Perheen tapauksessa markkinalogiikan voimistuminen pakotti kodin logiikan kääntymään yhä enemmän rakkauden logiikan ympärille ja korostamaan sen merkitystä estääkseen "laskennan madon" (Bourdieu) luikertelun perhesuhteisiin.³

² Bourdieu puhuu taloudesta eri merkityksessä kuin esimerkiksi taloustieteilijät. Ranskalaisen perinteen mukaan hän puhuu taloudesta merkityksessä, joka on lähempänä vaihtoa. Laskennan tabusta kirjoittaessaan hän viittaa kuitenkin rahaperusteisen talouden muodostamaan uhkaan.

³ Markkinalogiikan voimistuminen voidaan kuvata painopisteen siirtymisenä oikoksesta ekonomiaan eli kotitaloudesta julkiseen talouteen, paikallisista markkinoista yhteiskuntatason markkinoihin (Kangas 2006, 186–189; Weber 1968, 381–383). Rakkauden logiikasta taas ovat kirjoittaneet Luhmann (1986) ja Ulrich Beck, joka (1995, 176) kuvailee rakkautta eräänlaiseksi kommunismiksi kapitalismin sisällä.

Myöskään kirkkoinstituution piirissä ei mielellään puhuta raha-asioista. Katolinen kirkko on Bourdieun mielestä eräänlainen kauppayritys, vaikka se eksplisiittisesti kieltää olevansa sellainen. Pappien palkoista, kirkon sijoituksista ja muista taloudellisista asioista ei mielellään puhuta julkisuudessa, koska ne uhkaavat uskonnon pyhyyttä, irrallisuutta maallisista asioista. Piispojen televisiohaastatteluista Bourdieu teki huomion, että nämä nauroivat aina, kun keskustelu uhkasi kääntyä raha-asioihin. Nauru toimi tietenkin pakokeinona aiheesta, joka on todellinen, mutta josta ei ole sopivaa puhua. Siten uskonnollisella yhdyskunnalla on kaksi toisistaan eristettyä totuutta: taloudellinen totuus ja uskonnollinen totuus, joka kieltää taloudellisen. (Emt., 168–174; 180.)

Perheen ja kirkon kohdalla laskennan tabu on voimakas, mutta entä taiteen kohdalla? Kaiken edellä mainitun valossa myös taidemaailmassa varotaan taloudellisen logiikan ilmilausumista, vaikka taide ohjautuukin pitkälti markkinoidensa mukaan. Käytännössä tämä ristiriita voi ilmetä samanlaisena rakenteellisena kaksoispelinä kuin uskonnon piirissä: kahden toisilleen vieraan arvon yhdistäminen käsitellään korostamalla yhtä totuutta ja kieltämällä rinnakkaisen totuuden olemassaolo. Rakenteellista kaksoispeliä pelaava joutuu siis elämään kahdessa maailmassa. Bourdieun mukaan taidemaailma koostuu "taideuskovaisista", joille signeeraus on "maaginen teko" ja sellaisena merkki taiteesta, oli kyseessä sitten taulu tai galleriatilaan tuotu pisoari⁴ (Bourdieu 1998, 131–133; 2005, 290).

Bourdieu (1998, 175–176) mukaan erityisesti kulttuuristen hyödykkeiden taloudessa on säilynyt monia esikapitalistisia piirteitä. Taiteen kentällä markkinoiden myönteiset palkkiot ovat joko yhdentekeviä tai kielteisiä samaan tapaan kuin esimerkiksi kristinuskon piirissä. Taiteessa ajattelutavan taustalla siintää kuva puhtaasta taiteilijasta, jolla ei ole muita päämääriä kuin taide ja joka ei välitä asemastaan markkinoilla.⁵

Vaikeiden kuukausien jälkeen kustantaja sanoo kirjailijalle: "Ajattele Beckettä, hän ei koskaan saanut tekijänoikeuksista lanttiakaan!" Ja kirjailijarukka on kiusallisessa tilanteessa. Hän ei ole varma onko hän Beckett, mutta siitä hän on varma että hän on tarpeeksi halpamainen pyytääkseen rahaa... (Bourdieu 1998, 176.)

⁴ Taiteilijan maaginen teko vaatii tietenkin taidekentän uskon toimiakseen, oli usko sitten palavaa tai epäilevää. "Taiteen uskonnolla on omat fundamentalistinsa ja modernistinsa. Nämä erilliset ryhmät kohtaavat nostaessaan kysymyksen kulttuurillisesta pelastuksesta viehkeyden kielellä." (Bourdieu 1996, 1. Suom. A.H.). Bourdieun teoreettisesta viitekehyksestä kerron enemmän luvussa 3.1.

⁵ Sen sijaan taiteilija saa vapaasti haaveilla menestyksestä, joka puhkeaa kukkaan vasta hänen kuolemansa jälkeen. Tästä ns. "traagisen taiteilijan kultista" ks. Bättschmann 1997, 96–103.

Kun hinnan totuutta suljetaan taidemaailmaa koskevassa puheessa taiteen ulkopuolelle, kieli on eufemistista. Sitaatissa esiintynyt taiteilija on ajettu kaunistelussa niin nurkkaan, että hän ei pääse sieltä edes nauramalla, toisin kuin aikaisemman esimerkin piispat.

Edellä tehdyt rinnastukset uskontoon viittaavat vain taidemaailman tiettyihin piirteisiin, kuten sen pidättyväiseen, mutta elintärkeäksi muodostuneeseen suhteeseen talouden kanssa. Taide kuitenkin eroaa uskonnosta siinä, että taiteen eriytyminen "itsenäisten arvojen kosmokseksi" (Weber) on ollut suuresti markkinoiden ansiota. Luvussa 2.2 selitän, miten taidemarkkinoiden synty on vaikuttanut taiteen vapautumiseen. Tässä historiallisessa kehityskulussa yksityisellä taidegallerialla on ollut merkittävä rooli.

2.2 Galleria taidemarkkinoiden jäsentäjänä

Taidejärjestelmän historiaa luhmannilaisesta paradigmasta tutkineen Erkki Seväsén (1998, 23–25) mukaan taiteensosiologiassa vallitsee yksimielisyys seuraavista asioista: Taide on yhteiskunnan modernisoitumisen seurauksena eriytynyt omaksi sosiaalisen toiminnan osa-alueeksi, jolla on oma tehtävänsä yhteiskunnassa. Järjestelmän sisällä toimijat arvioivat maailmaa kyseisen tehtävän näkökulmasta eivätkä nämä arviot ole samaistettavissa muiden järjestelmien jäsennyksiin samasta toiminnasta. Taidejärjestelmä on autonominen, itse itseään määräävä kokonaisuus. Muutokset ovat enemmän kiinni järjestelmän osasten sopeutumisesta toisiinsa kuin järjestelmän sopeutumisesta ulkomaailmaan. Taidejärjestelmän normatiivisuus syntyy siis ensi sijassa taidejärjestelmän sisällä, vaikka se onkin kehittynyt vuorovaikutuksessa muiden järjestelmien ja muun yhteiskunnan kanssa.

Taidekauppa talouden ja taiteen yhdistäjänä ei ole osa taiteen järjestelmää, vaan toimintamuoto tai organisaatio, joka yhdistää osajärjestelmiä. Taidejärjestelmän eriytymisen mahdollistivat taidemarkkinoiden synty ja taidekulutuksen laajeneminen porvariston suuntaan. Tämä kehitys alkoi Euroopan keskusmaissa 1700-luvulla ja näkyi muun muassa kustannustoiminnan, taidekritiikin ja taidegallerioiden syntynä. (Emt., 163.)

2.2.1 Galleriainstituution historiaa

Ensimmäiset taidegalleriat ilmaantuivat 1700-luvun lopulla Italiaan ja Ranskaan. Sitä ennen taiteilijat olivat tienanneet elantonsa ylhäisön tai kirkon suojeluksessa (patronage) tehden tauluja näiden omiin kokoelmiin. Suojelijoille ja mesenaateille tehdyt taulut käsittelivät usein aiheita, jotka korostivat omistajansa sivistystasoa ja vaativat katselijalta usein lukeneisuutta. Aiheet vaihtelivat Kreikan mytologiasta uskonnollisiin teemoihin riippuen siitä, mikä tai kuka toimi taiteilijan mesenaattina. (Becker 1982, 102–103.)

Aatelisille tehdyt öljyvärimaalaukset pyrkivät usein kuvastamaan työn tilaajan vaurautta. Tämä saattoi tapahtua monella tavalla: kuvaamalla aatelismies seisomassa omilla mailloillaan, tai kartanonsa hienoissa puitteissa tai vaikkapa maalaamalla asetelma ruokapöydälle katetuista herkuista, joihin rahvaalla ei ollut varaa. Ei ihme, että varhaisia öljyvärimaalauksia on kuvattu eräänlaiseksi vaurauden merkkien kassakaapiksi⁶ (Berger 1991, 83; 109). Öljyvärimaalauksen funktio omaisuuden kuvastajana saattoikin olla osasyys siihen, miksi kaupunkien kasvava porvaristo halusi ostaa taidetta. Hyvin toimeentulevan kauppiasyhteiskunnan muodostuminen 1700-luvun loppupuolella mahdollisti sen, että suurella joukolla ihmisiä oli myös varaa taiteen ostamiseen. Samalla yhä suurempi joukko ihmisiä kokeili onneaan taiteilijoina. Lopputulos oli, että taiteilijoita oli enemmän kuin potentiaalisia mesenaatteja. Kysyntä ja tarjonta tarvitsivat toimivamman jakelujärjestelmän. Yksittäisten ostajien tilalle nousivat markkinat, joiden palvelemiseksi tarvittiin aivan uudenlaisia taidekauppoja eli taidegallerioita.⁷ (Becker 1982, 108–109.)

Jo varhaisilla taidemarkkinoilla taideteosten hinnat kuvasivat enemmän markkinoiden sisäistä dynamiikkaa kuin taiteellista laatua. Jürgen Habermasin (2006, 254) mukaan taiteilijoiden läheinen suhde yleisöön löystyi entisestään naturalismin ajoista alkaen. Samalla vastaanottajakunta menetti valtansa tuottajiin. Seurauksena oli se, että "viestinten suoma arvostus taiteilijoille ja teoksille on täysin satunnaisessa suhteessa laajan yleisön arvostukseen (emt., 254)." Tässä mielessä taidemarkkinat erosivat muista talousjär-

⁶ Tämä yhteenkietoutuminen omaisuuden kanssa pysyi öljymaalaustraditiossa mukana pitkään, koska "Joka kerta, kun taiteilija oivalsi olevansa tyytymätön rajoitettuun rooliinsa aineellisen omaisuuden ja siihen liittyvän arvoaseman ylistäjänä, hän väistämättä joutui taistelemaan itse taiteensa kielensä kanssa sellaisena miksi öljymaalauksen traditio oli sen luonut" (Berger 1991, 110).

⁷ Taidemarkkinoita voi sanoa markkinoiksi vain tietyin varauksin, sillä ne ovat hyvin pienet. Tarkeempi termi olisi uniikkimarkkinat, sillä kyse on pääasiassa uniikkikappaleiden kaupasta, jossa kaikki perinteisten hyödykemarkkinoiden säännöt ja lainalaisuudet eivät päde. (Ks. esim. Liedeman 2006, 79.)

jestelmän sisällä toimivista markkinoista: toiminta markkinoilla tapahtui tavanomaisia kysynnän ja tarjonnan lakeja satunnaisemmin. Osasyynä tähän oli se, että markkinoille vapautettu taide ei enää nojannut ostajan ekspertisiin, kuten mesenaatti-aikana oli asian laita. Teoksia ei tehty tilauksesta ja tilaajan esittämistä aiheista. Tämä tarkoitti taas sitä, että taidesysteemin ja taloussysteemin väliset suhteet eivät enää olleet yleisesti hyväksytyjen kriteerien vietävissä. Taidemarkkinoilla taiteilijoiden suojelijoihinsa luomat suhteet eivät painaneet paljon, kun markkinoiden kysyntä alkoi ohjata taidetta omiin, usein arvaamattomiin suuntiinsa. Taiteesta oli kehittynyt bisnestä, johon sisältyi riskejä. Taiteen irtautuminen uskonnosta ja kytkentöjen muodostaminen talouden kanssa antoi kuitenkin taiteelle paljon suuremman vapauden kuin kankea mesenaattijärjestelmä. (Luhmann 2000, 163–165.)

Taiteen vapautuminen yläluokan ja kirkon holhouksesta vapautti sen kokeilemaan rajojaan. Tällä tiellä taide on edelleen: 1900-luvun aikana kuvataiteessa nähtiin monia suuntauksia, joista jokainen näytti julistavan katkosta vanhaan. Vapauden huumen lomassa myös taidegalleriat yleistyivät hurjaa vauhtia. Galleristille oli kehittynyt tärkeä rooli kasvavilla taidemarkkinoilla: kääntää taiteellinen arvo taloudelliseksi arvoksi tulkita kaupallinen menestys taidetta vahvistavaksi (esim. Moulin 1987, 113 & 177). Taiteilijan ja ostavan yleisön välille oli tullut väliporras, jonka tehtävänä oli tuoda taide sille tarkoitetuille markkinoille. Taiteilija saattoi elää työllään huolehtimatta siitä, miellyttävätkö hänen teoksensa jotakin yksittäistä ostajaa eli luomistyötä kahlitsevaa mesenaattia⁸.

2.2.2 Taidegallerian funktio

Gallerian rooli taiteen välittäjänä taidemarkkinoilla on pysynyt suurelta osin muuttumattomana (ks. esim. Jyrämä 1999). On syytä muistaa, että galleristi on vain yksi taide maailman valtaa käyttävistä tahoista. Galleria on siis taidekentän portinvartija (ks. Bystryn 1978), mutta ei ainoa sellainen. Jotta taidemarkkinat voisivat toimia, taiteelle on asetettava taloudellinen arvo, joka perustuu yleisesti hyväksyttyihin lähtökohtiin. Tätä varten galleristit tarvitsevat ihmisiä, jotka osaavat arvioida taidetta ja galleristien työtä varsinaisen taidemaailman ulkopuolelta (Becker 1982, 108–119). Ilman kriitikoita ja

⁸ Vaikka mesenaatin käsite on vanhentunut, keräilijät ja galleristit nähdään usein taiteilijoita sponsoineiden mesenaattien seuraajina (ks. luku 6). Vaikka mesenaattimainen toiminta ei ole kadonnut, niin ainakin mesenaattien yksinoikeus taiteilijan tuotteeseen katosi jo aikaa sitten (ks. esim. Habermas 2006, 242–243). Bourdieu (1995, 138) on pessimistisempi ja katsoo, että taiteilijat ovat palanneet takaisin mesenaattijärjestelmään ja valtion tiukkaan holhoukseen.

estetiikan ammattilaisia taiteeseen investoiminen olisi huomattavasti hatarammalla pohjalla eikä tieto näyttelyistä juuri leviäisi kansan keskuuteen.

Perinteisen yksityisen taidegallerian toiminta on kannattavaa, kun sillä on ostavia asiakkaita. Galleriassa kävijä, joka näyttää galleristin silmään potentiaaliselta ostajalta, saakin usein yksityiskohtaista tietoa taiteilijasta ja teosten luonteesta (Becker 1982, 111, 113). Taidekauppiaan lisäksi galleristin voi siis nähdä eräänlaisena taidekonsulttina, joka on ansainnut muutamien taiteen keräilijöiden luottamuksen (ks. Liedeman 2006). Tämänkin tutkimuksen haastatteluissa tuli hyvin ilmi, että yksi galleristin menestyksen avaimista on hänen uskottavuutensa taiteen asiantuntijana. Tämä asiantuntijuus ilmenee makuna, johon ihmiset luottavat ja jota ollaan valmiita seuraamaan, jos oma arvostelukyky ei tunnu kantavan. Myyntiin panostavaa yksityistä galleriaa voisi sanoa esikeräilijäksi, jonka kokoelmasta keräilijät ostavat omiin kokoelmiinsa. Taidemarkkinoiden vaatima luottamus henkilöityy galleristiin erityisesti silloin, kun on kyse taiteilijasta, joka ei ole vielä etabloitunut eli vakiinnuttanut asemaansa markkinoilla⁹. Kun lehtien kuvataidekriitikit ovat viime vuosina vähentyneet, henkilökohtainen luottamus on kasvattanut merkitystään. Galleristin keräilijöissä herättämä luottamus ei ole yhtä tärkeää vaihtoehtogallerioissa, joissa myynti on toissijaista.

Galleristin on herätettävä luottamusta myös toisessa suunnassa, itse taiteilijoissa. Perinteisissä gallerioissa galleristi saattaa ottaa taiteilijoita talliinsa, eli sopia näyttelyiden järjestämisestä vuosiksi eteenpäin. Tällöin on mahdollista, että galleristi pyrkii kokemusensa nojaten ohjaamaan taiteilijaa kohti parempaa taiteellista ilmaisua ja siten antamaan taiteilijan uralle sen tarvitsemaa vauhtia (esim. Becker 1982, 115). Galleristi voi siis ottaa henkilökohtaisen valmentajan roolin, jos hänen taitonsa ja auktoriteettinsa siihen riittävät ja jos taiteilija sen sallii.¹⁰ Tähän voi liittyä monia ongelmia, sillä galleristin on myös suhteutettava taide – sen sisältämä estetiikka ja lieveilmiöt – työnsä taloudelliseen puoleen. Galleristi voi myös vaatia taiteilijaa madaltamaan taulujen hintoja, jotta taiteilija löytäisi ensimmäiset asiakkaansa. Tutkijana oletan, että tämän kaltaisissa

⁹ Luottamus on tapa käsitellä tilanteisiin liittyvää epävarmuutta. Niklas Luhmannin mukaan luottamus voi ilmetä kolmessa muodossa. Familiarity on tuttuuden synnyttämää luottamusta, joka tekee arkisissa tilanteissa toimimisesta mielekäästä. Confidence on luottamusta järjestelmiin ja niiden säännönmukaiseen toimintaan, kuten taidemarkkinoihin. Trust on henkilöiden välistä luottamusta, joka on ansaittava. Toista ihmistä ei voi vaatia luottamaan itseensä. (Esim. Jalava 2006, 13-32.)

¹⁰ Taidekasvattajan rooli on paradoksaalinen ja siten haasteellinen: "Itsenäistyäkseen nuori tarvitsee rajoja ja sääntöjä toimintansa tueksi ja turvaksi, mutta yksilön tulee itsenäistyäkseen kyetä myös kyseenalaistamaan sääntöjä ja konventioita." (Rantala 2001, 40.)

tilanteissa taiteen ja talouden välinen jännite nousee pintaan ja galleristin ja taiteilijan suhde näyttäytyy markkinoiden ja taiteen välisenä suhteena.

Galleristi toimii taiteen kentällä, mutta on myös taiteilijan linkki markkinoille. Galleristin taidepuheen rakenteellinen kaksoispeli, varovaisuus taloudesta puhumisen suhteen, ei ole ollut selvästi esillä aikaisemmissa tutkimuksissa. Sekä Ranskan taidemarkkinoita tutkinut Raymonde Moulin (1987) että Suomessa tutkimusta tehnyt Annukka Jyrämä (1999) painottavat, että esteettinen arvo asetetaan taiteen kentällä säännön omaisesti taloudellisen arvon edelle. Ilmiötä ei kuitenkaan analysoida tarkemmin. Käsillä olevassa tutkimuksessa pyrin tämän taiteensosiologiassa piilevän aukon paikkaamiseen. On myös syytä mainita, että vaikka edellä on puhuttu taidemarkkinoista, niin sosiologisessa mielessä galleriasta tekee kiinnostavan sen suhde yhteiskuntaan kokonaisuutena. Tähän päästään käsiksi erityisesti luvussa 3.2. Sanottakoon kuitenkin, että gallerialla on rooli kahden erilaisen ja toisiaan hylkivän kommunikaation, talouden ja taiteen yhdistäjänä. Kuten esimerkiksi yhteiskunnalliseen keskusteluun osallistuvat yhdistykset ja sosiaaliset liikkeet, galleriatkin voivat toimia "yhteiskunnan eri osajärjestelmien kommunikaation helpottajina" (ks. Siisiäinen 1998, 240; Ilmonen 1998).

2.2.3 Taiteen hinnoittelu

Galleristi Ilona Anhava soveltaa taideteoksen hinnan määrittelyä erityistä kerroinjärjestelmää. "Teoksen korkeus ja leveys lasketaan yhteen, ja lopputulos kerrotaan taiteilijan henkilökohtaisella kertoimella." [...] Tarvittaessa kerroinjärjestelmä joustaa alas- ja ylöspäin. "Eli viimekädessä kaikki menee kuitenkin mutua-tuntumalta." (HS 23.1.2007.)

Galleristin asiakkaissaan herättämän luottamuksen lisäksi taiteen hintaan vaikuttaa taiteilijan todellinen tai kuviteltu asema markkinoilla (ks. esim. Throsby 1994, 4). Taiteilijan hinnan muodostuminen riippuu monesta tekijästä. Yleisenä mittatikkuna käytetään taiteilijan urakehitystä, jota seuraten hinnoittelussa voi erottaa ainakin kuusi erilaista tasoa. Taiteen sijoitusoppaan kirjoittaneen Pauliina Laitinen–Laihon (2003, 103) mukaan nämä ovat autenttinen taso, debytoinnin taso, etabloitunut taso, retrospektiivinen taso, postmortaalinen taso, ja museaalinen taso. Koska tutkimukseni keskittyy eläviin taiteilijoihin ja gallerioihin, esittelen tässä vain kolme ensimmäistä. Retrospektiivisen tason jätän pois, koska se voidaan nähdä pitkälle kehittyneenä etabloituneena tasona.

Autenttisella tasolla taiteilija ei ole saanut vielä tunnustusta ja myy tauluja kotoaan tai opinahjonsa kautta. Tällä tasolla hinta koostuu pääasiassa materiaalikuluista ja pienestä palkasta. Varsinainen luovan työn palkkio jää usein puuttumaan. Debytoinnin tasolla taiteilija on hyväksytty taidemaailman tasolla taiteilijaksi ja pääsee esiintymään taiteilijana. Teosten hinnat ovat vielä alhaiset, mutta jos ne myyvät hyvin ja palaute on hyvää, saatetaan hintoja nostaa. Myös apurahat ja loppututkinto taideakatemiasta voivat nostaa hintaa. Galleristille debytoiva taiteilija voi olla suuri riski, koska hinnat ovat todennäköisesti alhaiset. Vaikka kaikki taulut myytäisiin, näyttelyn kulut eivät tule välttämättä katetuiksi. (Emt., 104–105.)

Etabloituneella tasolla taiteilijan asema taidemarkkinoilla on vakiintunut ja hänen taulujaan uskalletaan ostaa. Hänen töitään tunnustetaan julkisuudessa ja niitä on useissa kokoelmissa ja ehkä jopa museoissa. Hinnat alkavat olla jo siinä huipussa, missä ne taiteilijan eläessä tulevat olemaan. Perinteisissä gallerioissa pyritään usein tasapainoon etabloituneiden tähtitaiteilijoiden ja nousevien kykyjen kesken. Molempia olisi oltava, jotta galleria saisi uskottavuutta. Pienten taiteilijayhteisöjen gallerioissa on lähinnä autenttisella tasolla olevia tai juuri debytoivia taiteilijoita. (Emt., 105–108.)

Taiteen hinnoittelua sosiologiselta kannalta on tutkinut hollantilainen Olav Velthuis. Tutkimuksessaan Amsterdamin ja New Yorkin taidegallerioista Velthuis (2003) osoitti, että hinnoilla on voimakkaita symbolisia merkityksiä. Hinnoittelu ei ole vain taloudellinen, vaan myös merkitsevä teko, jolla ilmaistaan kognitiivisia ja kulttuurisia merkityksiä. Hinnat – niiden korottaminen, laskeminen ja esille asettaminen – kertovat taiteilijasta, galleristin asemasta sekä yksittäisten taideteosten laadusta. Hintamekanismi on markkinafunktion lisäksi oma kielensä, jolla voidaan viestittää asioita taideyleisölle, jolle on kehittynyt ymmärrys hintojen kantamille merkityksille. Velthuis ei siis hyväksy luvussa 2.1 esiteltyjä väitteitä, joiden mukaan galleristit olisivat dikotomisoineet taloudellisen ja taiteellisen arvon (emt., 183). Taidehistoriassa usein esiintyvän, dikotomisoivan näkökulman mukaan kulttuuri ja talous ovat toisistaan täysin irrallisia ja vuorovaikutuksessa vain talouden "saastuttaessa" kulttuuria. Velthuis katsoo, että galleristit eivät pyhitä taidetta ainoastaan siihen tarkoitetuilla rituaaleilla, vaan myös tehdessään kauppaa taiteella. Hinnoittelua käytetään aktiivisesti työkaluna taiteen kehystämisessä. Tästä huolimatta – Velthuis (2003, 198–199) kirjoittaa – galleristit kieltäytyvät hinnoittelemasta yksittäisiä teoksia niiden laadun mukaan. Tähän on syynä se, että galleristit haluavat suojella

rooliaan taidemaailman portinvartijoina. Jos galleristi hyväksyisi teosten välillä hintaeroja, hän myöntäisi, että saman taiteilijan teosten välillä on laatueroja. Tämä taas kertoisi siitä, että taiteilijan tuotannossa ei ole vielä taiteilijalta vaadittavaa integriteettiä ja että galleristi ei ole varma taiteilijan asemasta markkinoilla. Samaa logiikkaa seuraten galleristin on oltava varovainen hinnoittelussaan – liian korkeaksi asetettu hinta tulee pian alas asettaen galleristin luotettavuuden kyseenalaiseksi. Galleristit ovat se valintamekanismi, jonka kautta kentälle valikoituu uusia taiteilijoita ja teoksia, ja sellaisina niillä on osavastuu siitä, että hinnat eivät heittelehdi miten sattuu.

Hinnoittelu siis voidaan esittää rekursiivisena kehänä, jossa taiteellisia arvoja käännetään hinnoiksi ja hintoja takaisin symbolisiksi arvoiksi.



KUVIO 1. Taidegallerian kaksi tehtävää.

2.3 Suomalaisen taidemaailman erityispiirteitä

Howard Becker (1982, 34–35) määrittelee taidemaailman yhteistyöverkostoksi, jossa päätetään siitä, minkälaista taidetta tuotetaan ja laitetaan esille. Tässä luvussa esittelen taidegallerian roolia suomalaisen taidemaailman osana ja eräitä suomalaiseen galleriakenttään liittyviä erityispiirteitä. Taidemarkkinoiden rakennetta tutkinut Annukka Jyrämä (1999, 62–64) erottaa toisistaan taidemaailman ensi- ja jälkimarkkinat. Ensimmäiset markkinat tarkoittavat sellaisten teosten myyntiä, joita myydään ensimmäistä kertaa. Jälkimarkkinoilla myydään teoksia, jotka ovat jo olleet omistuksessa, kuten esi-

merkiksi huutokaupattavat teokset. Oman tarkastelunsa Jyrämä rajaa ensimarkkinoihin, koska niissä käydään keskustelu siitä, mikä on hyvää taidetta.

Käsillä oleva tutkimus seuraa tutkimuskohteen rajauksessa Jyrämän jalanjalkia: Olen kiinnostunut erityisesti nykytaiteen ensimarkkinoista ja gallerioista, koska niiden piirissä on eniten epävarmuutta teosten arvon suhteen ja runsaasti taidekeskustelua määrittelevää toimintaa (emt., 67). Jyrämän (1999, 117–128) mukaan nykytaiteen maailmassa on gallerioiden lisäksi monia muita tärkeitä toimijoita. Näitä ovat muiden muassa taiteilijat, valtion museot, taidekriitikot, tiedotusvälineet, yhdistykset, taidekoulut, kuluttajat ja yleisöt, huutokaupat, taiteeseen liittyvien tuotteiden ja palveluiden kauppiat, sekä vaihtoehtoiset näyttelypaikat. Keskusteluni galleristien kanssa tukevat Jyrämän tekemää jaottelua. Galleristien mukaan kentän keskiössä ovat taiteilijat järjestöineen ja liittoineen. Toisena tulevat muut ammatti-ihmiset, kuten galleristit, kuraattorit ja kriitikot. Kolmantena tulevat vakiintuneet keräilijät. Neljäs ryhmä olisi suuri yleisö, mutta kolme ensimmäistä käyvät galleristien mukaan taidekentän keskustelun ja päättävät, mikä on hyvää taidetta juuri nyt.

Jyrämän (1999, 94–97) mukaan suomalaista taidekenttää luonnehtii muun muassa taidemarkkinoiden alikehittyneisyys. Esimerkiksi keskieurooppalaisiin gallerioihin verrattuna suomalaisilla gallerioilla on heikko asema taidemarkkinoilla. Tähän on syynä vahva valtiollinen taidepolitiikka apurahoineen ja tukineen, sekä taiteilijoiden ammattiyhdistysliike. Heikoista taidemarkkinoista huolimatta gallerioilla on Suomessa vahva asema, mitä tulee taiteen legitimaatioon, siis merkittävän taiteen määrittelemiseen. Museoista ja muista valtion tukemista instituutioista poiketen gallerioilla on myös vapaammat kädet taiteen valinnassa.

Annukka Jyrämän väitöskirja *Contemporary Art Markets: Structure And Practices* ja siinä esitetyt väitteet suomalaisista taidemarkkinoista toimivat pohjana omalle, systeemiteoreettisesta sosiologiasta ammentavalle tutkielmalleni. Oman tutkielmani ja Jyrämän tutkimuksen välille ei analyysin edetessä kehittynyt juurikaan ristiriitaisuutta. Tähän vaikutti paitsi se, että haastattelin monia Jyrämän omaan tutkimukseensa haastattelemia galleristeja, myös se, että tutkielmani teoretisoi asioita erilaisesta näkökulmasta. Alla muutamia taidekenttää koskevia huomioitani, joiden katson tukevan Jyrämän tuloksia.

Kuten luvussa 2.2 kävi ilmi, yksityinen galleria on yleensä markkinoilla toimiva yritys. Sellaisena sen toiminnan on oltava taloudellisesti kannattavaa, siis voittoa tuottavaa. Pelkät yleiskulut ovat galleriassa yleensä korkeat, koska liiketilan on sijaittava asiakkaiden houkuttelemiseksi näkyvällä paikalla ja mieluiten vauraalla alueella. Lisäksi jokaisen näyttelyn järjestämiseen eli kutsujen painamiseen, lähettämiseen ja taulujen kuljetuksiin kuluu suuria summia. Kaiken kukkuraksi kulujen kattamista vaikeuttavat eräät käytännön esteet. Ensinnäkin gallerian on pidettävä taiteellisesti vahvaa linjaa, jotta se ei menettäisi uskottavuuttaan ja asiakaskuntaansa. Toinen liiketoimintaa vaikeuttava seikka on se, että näyttelyitä voi pitää vain yhden kerrallaan ja yksi näyttely kestää kahdesta kolmeen viikkoa. Siksi uusia "tuotteita" ei voi lanseerata miten huvittaa. Galleriatoimintaa ei voi verrata kustannustoimintaan, jossa laajalevikkisen viihdekirjallisuudella voidaan kustantaa vähälevikkisempää taidekirjallisuutta. Gallerian tapauksessa kulloinenkin näyttely edustaa paitsi taiteilijaa myös galleriaa ja sen tasoa.

Eniten gallerian toimintaa taidemarkkinoilla vaikeuttaa kuitenkin markkinoiden pieni ostovoima: varakkaita ihmisiä ei ole tarpeeksi ja heidänkin piirissään ylimääräinen raha käytetään yleensä kaikkeen muuhun kuin taiteeseen. Galleristien yleisenä harmittelun aiheena olikin se, että ihmiset ovat "valmiita laittamaan pari tonnia uuteen sohvaan, mutta viisisataa maalauksesta on liikaa". Ei ihme, että haastateltavat peräsivät kouluilta aktiivisempaa roolia taidekasvatuksessa. Haastattelemani galleristit puhuivat 80-luvun loppupuolesta taidekaupan kulta-aikana, joka päättyi 90-luvun alussa alkaneeseen lamaan ja ostovoiman romahtamiseen. Uusi nousu, joka ei koskaan saavuttanut vanhaa kulta-aikaa, alkoi vuoden 1997 tienoilla. Kaikesta huolimatta pelkästään Helsingissä on tällä hetkellä yli kolmekymmentä taidegalleriaa. Tämä on mahdollista siksi, että valtaosa maamme gallerioista saa pääosan tuloistaan taiteilijan kautta, ei taidetta ostavalta yleisöltä. Suomen valtio jakaa melko paljon pieniä ja keskisuuria apurahoja, joilla taiteilijat maksavat galleristeille näyttelymaksun. Sen sijaan keskieuropalainen malli, jossa taiteilija ja galleristi jakavat voitot puoliksi keskenään, on Suomessa melko harvinainen. Sen sijaan Suomeen on kehittynyt galleriakenttä, jossa galleriat ottavat taiteilijalta suuren näyttelymaksun, mutta vievät myyntituloista vain pienen provision, jos sitäkään. Tilanteen pakosta valtaosa gallerioistamme toimii juuri tällä tavalla.

Suuri osa viime vuosina perustetuista gallerioista on vienyt taloudellisen riskin minimoinnin entistä pidemmälle. Nämä usein taiteilijoiden pyörittämät galleriat pyrkivät

esittelemään taidetta, jota ei ole vielä hyväksytty tai edes haluttu tarjota perinteisiin gallerioihin. Esille laitettut työt voivat olla provokatiivisia ja sopimattomia sisustus- tai sijoitusmielessä hankittavaksi taiteeksi. Esillä saattaa olla esimerkiksi meluisaa videotaidetta tai käsitteellistä tilataidetta. Näissä niin sanotuissa vaihtoehtogallerioissa toimitaan hieman samoilla periaatteilla kuin perinteisissä näyttelymaksua ottavissa gallerioissa, mutta taiteilijan maksama maksu on pienempi. Tämä on mahdollista, koska galleria toimii taiteilijoiden muodostaman osuuskunnan tai yhdistyksen pohjalta tai toimittaa samalla jonkinlaisen työhuoneen virkaa.

Vaikka jokaisella vaihtoehtogallerialla on oma tyylinsä, niiden synty tarinat ovat silti samankaltaisia. Synty tarinat voidaan jakaa karkeasti kahteen tyyppiin. Ensimmäisen version mukaan yksi tai useampi luovan työn tekijä etsi työtilaa ja sellainen löytyi ylimääräisen huoneen kanssa. Huone otettiin hyötykäyttöön ja seinille laitettiin omia ja kaverien töitä. Siitä toiminta laajentui yleisemmäksi galleriatoiminnaksi. Toinen malli synty tarinasta kertoo nuorten, valmistuvien taiteilijoiden tai taiteen harrastajien pyrkimyksistä saada näyttelytilaa itselleen tai ystävilleen. Tähän päästään perustamalla yhdistys tai osuuskunta, jonka jäsenet pyörittävät galleriaa talkootyöllä. Molemmat versiot johtavat vaihtoehtogalleriaan, jossa talous on turvattu ilman myyntiä. Raha toiminnan ylläpitämiseen tulee yhdistykseltä sekä taiteilijoilta perittävästä näyttelymaksusta, joka kattaa osan vuokrasta. Taiteilijoilta perittävä maksu on kuitenkin pienempi kuin perinteisten myyntigallerioiden, jotka joutuvat maksamaan palkkaa galleristille ja tämän avustajalle.

3 Taide kenttänä ja järjestelmänä

Tässä luvussa vertailen Pierre Bourdieun (esim. 1998) ja Niklas Luhmannin (esim. 2004) teorioiden sopivuutta taidemaailman tarkasteluun. Lähestymistapojen välinen ero voidaan hieman kärjistäen tiivistää kentän (Bourdieu) ja järjestelmän (Luhmann) väliseksi eroksi¹¹. Erityisenä kiinnostuksen kohteena tässä luvussa on se, mitä käsitteellisiä ja tutkimuksellisia seuraamuksia kyseisiin lähestymistapoihin liittyy. Mihin huomio kiinnittyy ja mikä jää huomaamatta. Kahden kilpailevan, mutta myös toisiaan muistuttavan, teorian esittelemisestä on hyötyä oman teoreettisen lähtökohtani perustelemisessa. Kuten tulen esittämään, oma lähestymistapani mukailee enemmän luhmannilaista mallia, jossa taidetta ei nähdä vain indikaattorina jostakin todellisemmasta eli sosiaalisesta. Näen taidejärjestelmän oman kommunikaation yhtenä totuutena, joka jatkuvasti hakee muotoaan talouden totuuden edessä.

Seuraavissa kappaleissa perustelen, miksi Luhmann tarjoaa mielestäni hedelmällisemmän teoreettisen viitekehyksen käsillä olevaan tutkimukseen. Lähdän liikkeelle Bourdieun teorian peruspiirteistä ja hänen taidekäsitystään vastaan esitetystä kritiikistä. Aikaisemmin olen käsitellyt Bourdieun ajatuksia taloudellisen ja symbolisen vaihdon ristiriidasta ja laskennan tabusta (ks. luku 2.1.1). Seuraavaksi kiinnitän huomioni Bourdieun tekemiin taidekentän analyysihin, joita kohtaan on esitetty mielestäni varteenotettavaa kritiikkiä. Luvussa 3.1 esittelemäni kritiikki toimii lähtökohtana toisenlaisen, tässä tapauksessa luhmannilaisen, näkökulman perustelemiselle. Luvuissa 3.2 ja 3.3 esittelen Luhmannin teoriaa, jossa taide ja talous nähdään yhteiskunnan funktionaalisina osajärjestelminä. Kiinnostukseni kohteena on erityisesti järjestelmien välisten suhteiden problematiikka, jota lähestyn organisaation käsitteen kautta luvussa 3.4. Luhmann on kirjoittanut yksinomaan taidejärjestelmää käsittelevän teoksen *Art as a Social System* (Luhmann 2000). Tämä teos jää tarkastelussani melko vähäiselle huomiolle, koska se keskittyy taustoittamaan yksityiskohtaisesti taidejärjestelmän eriytymistä ja jäljittämään taidekommunikaation semantiikassa tapahtuneita murroksia.

¹¹ Kenttä ja järjestelmä eivät ole ainoita tapoja hahmottaa taidemaailman toimintaa. Kohdistan huomioni kentän ja järjestelmän käsitteisiin, koska niissä on tiettyä samankaltaisuutta. Laajempi näkökulma taidemaailmaa koskeviin teorioihin ks. Sevänen 1998 ja Albertsen 2004.

3.1 Bourdieun monokontekstuaalinen yhteiskuntakäsitys

Pierre Bourdieun sosiologian avainkäsitteet (distinktio, maku, habitus jne.) ovat kuin luotuja kulttuurin ja taidemaailman tutkimiseen. Ranskalais sosiologin anti taidemaailman tutkimukselle ulottuu kuitenkin käsitteiden lahjoittamista pidemmälle: hänen omat taidetta ja kulttuurisen tuotannon kenttää käsittelevät tekstinsä ovat olleet suuria keskustelunherättäjiä. Teoksissaan *The Rules of Art* (2005 [1992]) ja *Love of Art* (1990 [1966]) Bourdieu keskittyy erityisesti taidekentän ja taiteen yhteiskunnallisten kytkösten tutkimiseen. *The Rules of Art* -teoksen keskiössä on kysymys siitä, miten taide muotoutuu sosiaalisen ympäristön tuloksena; *The Love of Art* taas käsittelee museoiden sisäänsä kätkemien merkitysten avautumista eri yhteiskuntaluokille. Lisäksi taidekenttä ja sen konventiot ovat olleet esillä lukuisissa Bourdieun esseissä ja artikkeleissa (esim. Bourdieu 1998; 1995; 1993).

Bourdieuun kirjoitukset taidekentästä liittyvät tavalla tai toisella luokkien erilaisiin makutottumuksiin ja niiden kautta tapahtuvaan symboliseen väkivaltaan. Kirjassaan *The Love of Art* Bourdieu analysoi museoiden merkitystä muun muassa kävijätilastoihin ja kävijöiden kokemuksiin nojaten. Bourdieun mukaan museo tarjoaa illuusion siitä, että kaikella kansalla on mahdollisuus nauttia taiteesta. Sivistynyt yläluokka tuntee velvollisuutta käydä museoissa vapaa-aikanaan ja uskoo tarvitsevänsä taidetta toisin kuin alemmat luokat, joilta puuttuu taiteeseen vaadittava "silmä". Alaluokan odotetaan löytävän yläluokan mieltymyksistä nautintoa, vaikka he tuntevat olonsa epä mukavaksi museoissa. Sivistyneelle luokalle ne tarjoavat mahdollisuuden korostaa omaa autonomisuuttaan ja tehdä esteettisiä valintoja, alempia luokkia ne muistuttavat näiden omasta ignoranssista asioille, jotka hekin yhdistävät arvoon ja arvovaltaan. Museoissa, joihin on usein vapaa pääsy, luokkien väliset makuerot naturalisoidaan. Ne ovat paikkoja, joissa esitetään illuusio tasavertaisesta mahdollisuudesta, mutta muistutetaan samalla ihmisiä näiden luokkataustasta. (Bourdieu 1996, 110–112.)

*The Love of Art*in (1996) pääosassa on katsojan kulttuurisesti määrittynyt silmä, ja taidekenttä on sitä esille tuova koneisto. Taiteenrakastaja kokee Bourdieun teesit suorina hyökkäyksinä, eikä ihme. Bourdieulle taide on vain yksi vallan ilmentämisen väline yhteiskunnassa: makutottumukset korostavat luokkaeroja. Taide ja sen sisältämä puhdas estetiikka ovat tietyn yhteiskunnallisen aseman ja sen suoman habituksen tuotoksia (esim. Bourdieu 2005, 288–289). Taide näyttäytyykin Bourdieun kirjoituksissa perusta-

valla tavalla valheelliselta, illuusioon ja jäsentensä uskoon nojaavalta teeskentelyltä. Taidekenttä ja sen konventiot eivät ole itsessään mitään, vaan kertovat piilossa olevasta todellisesta maailmasta, kaiken taustalla vaikuttavasta sosiaalisesta. Kirjassaan *The Rules of Art* Bourdieu (2005, alun perin ilm. 1992) kirjoittaakin, että puhtaan taiteen piirissä legitiimiä on vain symbolisen pääoman kasaaminen ja tätä kautta maineen kasvattaminen kentällä (emt., 142 & 148).

Bourdieu on saanut myös kritiikkiä osakseen¹². Belgialainen sosiologi Rudi Laermans (1997) on syyttänyt Bourdieun teoriaa sen "monokontekstuaalisuudesta", tai Habermasia lainaten, "yhden maailman ontologiasta". Bourdieu edustaa sosiologista perinnettä, jossa esitetään ontologisia väitteitä sosiaalisen perimmäisestä, kaiken toiminnan taustalla vaikuttavasta luonteesta (Laermans 1997, 104). Kyse on käsityksestä, jonka mukaan tiede ja taide keskustelevat saman maailman sisällä, mutta toinen puhuu totta ja toinen elää illuusiassa. Sosiaalitieteissä tapahtunut konstruktionistisen koulukunnan vahvistuminen on johtanut tällaisten oletusten hylkäämiseen, kuten tulen myöhemmin esittämään. Seuraavassa tuon esiin heikkouksia, joita Laermans havaitsi Bourdieun taidekentän teoriassa.

Laermans kirjoittaa, että Bourdieu näkee taideteoksen jonkin esteettisen position representaationa. Tämä positio taas edustaa piilotetulla tavalla "jotakin muuta" eli sosiaalista. Sosiaalinen näyttäytyy kulttuurisen tuotannon erityisenä alueena, mutta myös luokkarakenteena. Tästä seuraa, että taideteos on tulos esteettisistä valinnoista, jotka ovat kiinni taiteilijan asemasta ammattikentällään, mutta myös hänen luokkataustastaan. Taiteen omille näkökulmille ei jätetä tässä tulkinnassa tilaa, vaan kaikki, mistä taidekentän sisällä kommunikoidaan on lähtökohtaisesti itsepetosta. Vain sosiologi voi nähdä taustalla vaikuttaviin sosiaalisiin voimiin ja paljastaa tajuntaa (puhdas estetiikka) ohjauvan alitajunnan (sosiaalinen). Tämä näkökulma rakentuu ajatukselle, että taiteilijat ja galleristit näkevät samat objektit kuin aihetta tutkiva sosiologi. Bourdieu siis olettaa, että ihmiset elävät yhden kontekstin maailmassa, jossa havainnot ja kuvaukset ovat vain tulkintoja samoista faktoista, siis taideteoksista. Toisin kuin sosiaaliset konstruktionistit, Bourdieu ei hahmota maailmasta annettuja kuvauksia maailmaa muokkaavina, vaan näkee niissä oikeita ja vääriä tulkintoja asioista. (Emt., 106–107.)

¹² Tässä esitellään vain yksi Bourdieu-kritiikki. Se kuitenkin ammentaa monista muista kritiikeistä, kuten Paul Crowtherin (1994) artikkelista *Sociological Imperialism and the Field of Cultural Production: The Case of Bourdieu*.

3.2 Niklas Luhmann ja polykontekstuaalinen yhteiskunta

Bourdieuuta vastaan Laermans asettaa Niklas Luhmannin teorian sosiaalisista systeemeistä (esim. Arnoldi 2001; Kangas 1996)¹³. Laermansin mielestä Luhmann välttää Bourdieun sudenkuopan eli yhden maailman ontologian sanoessaan, että kaikki tieto maailmasta edellyttää sellaisten jakojen tekemistä, joita ei löydy todellisuudesta. Tieto on konstruktioita, koska havainnot edellyttävät distinktioita, jotka ovat havainnoivan systeemin – eivät maailman – ominaisuuksia. Luhmannin näkökulmasta maailma voidaan siis ymmärtää vain kaikkien jakojen ykseytenä, ei niiden ulkopuolisena todellisuutena. Sosiaaliset systeemit tekevät maailmaan omia jakojaan. Luhmannin konstruktio-
nismen taustalla vaikuttaa George Spencer Brownin kehittämä distinktioihin perustuva protologiikka¹⁴. Kirjassaan *Laws of Form* Brown esittää, että jokainen havainnointitapahtuma voidaan nähdä muotojen eli kaksipuolisten jakojen prosessointina. Kun henkilö (tai yleisemmin järjestelmä) havainnoi ympäristöään, hän on jo tehnyt ensimmäisen jaon itsensä ja ympäristönsä välillä. Myös seuraavissa havainnoissa hänen on kyettävä erottamaan "tämä" "tuosta" eli tehtävä jakoja asioiden välille, jotta maailma alkaisi hahmottua. Jokaisessa havainnossa, ja jokaisessa onnistuneessa kommunikaatiossa, tehdään siis jako ja merkitään toinen puoli. Merkitsemätön puoli edustaa "kaikkea muuta". Olennaista on se, että havainnoitsija ei voi yhtäaikaaisesti havainnoida maailmaa ja havainnoida itseään havainnoimassa maailmaa. Näiden tapahtumien välillä on viive, ellei havainnoinnin havainnoija ole ulkopuolinen järjestelmä. Havainnoinnissa jää siis aina sokea piste, jonne havainnoitsija ei näe. Tämä sokea piste on se erottelu, jonka sisältä havainnoitsija maailmaa kulloinkin havainnoi. (Laermans 1997, 107–108; Seidl & Becker 2006, 13–14; Luhmann 2004, 60–66.)

Luhmann on yhdistänyt distinktioteorian systeemiteoriaan tekemällä jälkimmäiseen neljä uudistusta.¹⁵ Luhmannin versio systeemiteoriasta lähtee siitä, että systeemi on

¹³ Luhmann loi teoriansa korjatakseen neljä virhepäätelmää, jotka ovat olleet hallitsevia sosiologiassa ajattelussa. Nämä virhepäätelmät ovat seuraavat: (1) yhteiskunta kostuu konkreettisista yksilöistä, (2) yhteiskunta on integroitunut, koska yksilöiden kesken vallitsee konsensus arvoista ja intresseistä, (3) poliittiset ja alueelliset rajat erottavat yhteiskuntia toisistaan, (4) yhteiskuntia voi tarkastella ja selittää niiden ulkopuolelta käsin (Lee 2000, 2).

¹⁴ Muotojen logiikan kutsuminen protologiikaksi viittaa siihen, että se edeltää kieleen perustuvaa analyttistä logiikkaa operoidessaan yksinkertaisilla "tämä ei ole tuo" -jaotteluilla.

¹⁵ Luhmannin tuotannossa voidaan tehdä jako yleisen systeemiteorian ja sosiaalisten systeemien teorian välille. Yleisellä tasolla systeemiteoria koskee kaikkea, sosiaalisten systeemien spesifimmällä tasolla kommunikaatiosta koostuvia järjestelmiä. Sosiaaliset systeemit leikkaavat psyykkisiä systeemejä siinä, että molemmat rakentuvat merkityksestä – ilmeni se sitten kognition tai kommunikaation muodossa.

erottelu systeemin ja ympäristön välillä. Toiseksi, systeemi tulisi määritellä vain yhden operaation kautta. Sosiaalisten sistemien tapauksessa tämä operaatio on kommunikatio. Kolmanneksi, jokainen systeemi havainnoi sisäisesti omaa systeemi/ympäristöjakoaan. Jokainen operaatio tekee siis eron itseensä viittaamisen ja toisaalle viittaamisen välillä. Neljänneksi, jokainen yhteiskuntateoria on osa sosiaalista maailmaa, jota se yrittää kuvailla. (Seidl & Becker 2006, 31.)

Sosiologisesti distinktioteoreettinen systeemiteoria tulee entistä kiinnostavammaksi, kun Luhmann yhdistää sen teoriaansa yhteiskunnallisesta eriytymisestä. Luhmannin mukaan yhteiskunta koostuu autonomisista, mutta toisistaan riippuvaisista alajärjestelmistä, jotka suorittavat kukin omaa yhteiskunnallista funktiotaan. Funktionaalinen eriytyminen on modernia yhteiskuntaa määräävä eriytymisperiaate siinä missä kerroksellinen ja segmentaalinen eriytyminen olivat monia entisaikojen yhteisöjä määrääviä periaatteita. Kaikki kolme ovat läsnä modernissa yhteiskunnassa. Kerrostuneesta eriytymisestä esimerkkinä voidaan mainita Intian kastijärjestelmä ja segmentaalisesta eriytymisestä toisiaan muistuttavat kyläyhteisöt. Funktionaalisina osajärjestelminä Luhmann luettelee ainakin talouden, median, tieteen, politiikan, uskonnon, kasvatuksen, oikeuden, taiteen ja rakkauden. Kuka vain voi osallistua funktiojärjestelmän toimintaan, kunhan kyse on sen piiriin kuuluvista kysymyksistä: talous voi käsitellä vain taloudellisia kysymyksiä ja oikeus oikeudellisia kysymyksiä. (Esim. Luhmann 2004, 158–168; Andersen 2003b.)

Luhmann analysoi järjestelmiä autopoieettisina – eli itse itsensä tuottavina ja siten operationaalisesti sulkeutuneina – kommunikaatioista koostuvana järjestelmänä¹⁶. Funktiojärjestelmiä luonnehtii se, että niiden kommunikaatioprosesseja säätelee yksi hallitseva distinktio eli koodaus. Koodaus on funktionaalisen osajärjestelmän ytimessä vaikuttava jako, jolla on positiivinen ja negatiivinen arvo. Positiivinen arvo edustaa sitä, mihin systeemi pyrkii, negatiivinen taas tämän toteutumatta jäämistä. Esimerkiksi talousjärjestelmässä koodi on (suhteessa rahaan) omaisuus/ei-omaisuus, missä on aina parempi omistaa rahaa kuin olla omistamatta. (Laermans, 109; Luhmann 2004, 75–84.)

¹⁶ Autopoiesi-käsitteen teknisempi määritelmä ks. Luhmann 2004, 240. Kommunikaatio eriytyy ihmisyksilöistä, koska se on kolmiportainen prosessi. Yksittäinen ihminen voi valita informaation ja tavan välittää valittu informaatio. Kommunikaatio muodostuu vasta, kun toinen ihminen ymmärtää tai väärinymmärtää viestin, siis tekee oman jakonsa sen suhteen, mikä edellisessä oli informaatiota ja mikä valittua viestimutoa. Toisin sanoen: yksi ihminen ei voi kommunikoida – kommunikaatio nousee ihmisten välistä ja tukee aikaisempiin kommunikaatioihin. Sen täydellinen onnistuminen on perustavalla tavalla epätodennäköistä. (Esim. Luhmann 2004, 241; 1995a, 210–254.)

Funktionaalinen eriytyminen mahdollistaa sen, että kompleksiseksi kehittynyt ympäristö hahmottuu mahdollisimman tehokkaalla ja itseohjautuvalla tavalla. Kaksiarvoiset koodit ja niiden käyttöä suuntaavat ohjelmat tekevät ympäristön prosessoimisesta helposti hallittavaa ja nopeaa. Haittapuolena on koodausten kapeus ja siitä aiheutuvat ongelmat. Osajärjestelmien koodaukset eivät ole yhteismitallisia, joten niiden välillä ei voi tapahtua todellista ymmärtämistä. Talous voi tarkastella rakkautta, mutta vain hahmotamalla rakkaussiat jonkinlaisena resurssipulana: rakkautta joko on tai ei ole. Autopoi-eettisuus tarkoittaa, että systeemit elävät omien maailmojensa vankeina. (Andersen 2003b, 156–157.)

Rudi Laermans (1997, 109) kirjoittaa, että Luhmannin teorian vahvuus on siinä, että se ei aseta eri järjestelmien kuvauksia kilpailemaan keskenään. Bourdieu teki näin kritisoidessaan taidekentän näkemystä taiteesta ja asettaessaan sosiologisen maailmankuvansa taiteellisen maailmankuvan yläpuolelle. Mutta, Laermansia lainaten, "edes tieteelliset havainnot taiteellisesta alajärjestelmästä eivät voi väittää olevansa realistisia representaatioita taidemaailmasta. Toisin sanoen, niitä ei voi koskaan peluuttaa taiteellisen alajärjestelmän itsekuvauksia vastaan" (emt., 109). Erilaisten koodausten kilpailuttaminen totuudenmukaisuudesta on vähintään yhtä ongelmallista kuin kahden kielen kilpailuttaminen siitä, kumpi kuvaa maailmaa totuudenmukaisemmin. Jääkin funktionaalisia osajärjestelmiä tutkivan sosiologian tehtäväksi selvittää, miten erilaiset aiheet resonoivat eri järjestelmissä ja minkälaisia ristiriitoja koodausten yhteensovittamattomuus tuottaa. Koodauksen eri puolten aktivoiminen eri tilanteissa tapahtuu erilaisten, usein kilpailevien ohjelmien kautta.

Bourdieuun vastuu sosiologina ja tieteentekijänä on esittää jonkinlainen totuus asioista, mutta oikeutta koko totuuteen hänen on turha omia (emt., 110). Tätä havainnointiin liittyvää rajoitusta bourdieulainen sosiologia ei myönnä. Päinvastoin, se asettaa sosiologian kilpailuun taidejärjestelmän itsekuvauksen kanssa ja julistaa itsensä voittajaksi omaan tutkimusohjelmaansa ja koodiinsa nojaten. Vaikka bourdieulainen näkökulma auttaa näkemään eräitä taidekommunikaation sokeita pisteitä, se on valitettavan välinpitämätön taidejärjestelmän oman todellisuuden suhteen.

3.3 Taide ja talous funktionaalisina osajärjestelminä

Kuten luvussa 3.2 tuli ilmi, Luhmann (esim. 1995a, 2004) kuvaa yhteiskunnan ei-hierarkkisena, differentioituneiden osajärjestelmien muodostamana kokonaisuutena. Kukin yhteiskunnan osajärjestelmä on autonomisesti sulkeutunut ja omalakisesti toimiva funktiojärjestelmä. Tästä seuraa, että moderni yhteiskunta on polykontekstuaalinen eli vailla keskusta. Miten yhteiskunnallisia ilmiöitä määritellään, riippuu siitä, minkä osajärjestelmän sisältä käsin niitä hahmotetaan. Tätä ei yleisesti tiedosteta: esimerkiksi politiikka asettaa itselleen "ylivaatimuksen" yhteiskunnan ohjaamisesta, mikä tuottaa mielenkiintoisia ketjureaktioita järjestelmissä. Poliitiikka ei kykene ratkaisemaan itselleen asettamia vaatimuksia jakamalla valtaa, joten se ylikuormittaa oikeudellista ja taloudellista järjestelmää omilla, kyseisille järjestelmille usein irrationaalisilla vaatimuksillaan. (Luhmann 2004, 141–142.)

Tässä tutkielmassa kiinnostuksen kohteena on kaksi osajärjestelmää, talous ja taide, sekä niiden välinen vuorovaikutus. Kumpikin järjestelmä on tulosta historiallisesta kehityskulusta, jossa merkitykset tiivistyvät ja erilaiset kommunikaatiotavat eriytyvät toisistaan¹⁷. Talousjärjestelmä on "rahavälitteisten maksuoperaatioiden muodostama kokonaisuus" (Luhmann 2004, 94). Se on saavuttanut kompleksisuutensa, ja siten myös tehokkuutensa, eriytymällä muista osajärjestelmistä, lähinnä politiikasta ja uskonnosta. Tämä eriytyminen on ollut mahdollista symbolisesti yleistyneen mediumin, rahan avulla. Eriytymisen seuraukset ovat usein kontingentteja, vaikka päämääränä on ympäristön tehokkaampi havainnointi. Esimerkiksi vapaaseen työvoimaan ja kulutukseen perustuva markkinatalous on merkinnyt muun muassa sitä, että politiikka ja talous ovat eriytyneet toistaan. Tämä eriytyminen ja sitä edeltävä historia on läsnä politiikan ja kansalaisjärjestöjen yrityksissä ottaa talous takaisin hallintaan. Uskonnon ja talouden erkaneminen on taas tarkoittanut muun muassa sitä, että virkoja tai pelastusta ei voi enää ostaa rahalla. Eriytyminen suhteessa oikeusjärjestelmään tarkoitti sitä, että oppi oikeutetusta hinnasta hylättiin. Tämä oli mahdollista 1700-luvulla, kun huomattiin, että talousjärjestelmä kykenee asettamaan itse rajat voitonhimolle ja keinottelulle. Hinnnoilla, erityisesti

¹⁷ Kehitystä voisi verrata evoluutioon, jossa yksisoluisesta olennosta kehittyy kompleksinen systeemi, joka havainnoi maailmaa kapeiden kuulo-, näkö-, haju- ja tuntoaistien avulla. Osajärjestelmät ovatkin eräällä tavalla yhteiskunnan aisteja. Tähän liittyy myös niiden rajoitus ymmärtää toisiaan: nenäkään ei voi kuulla eikä korva nähdä, koska ne prosessoivat eri muodoissa hahmottuvaa, eri tavoilla koodautunutta, informaatiota. Informaation tulkinta tapahtuu toisaalla ja sielläkin usein vaillinaisesti. Yhteiskunnalla ei tosin ole ihmisen aivojen ja keskushermoston veroista hermokeskusta, joka ohjaisi toimintaa.

hintoja vertailemalla, voidaan edelleen arvioida, ovatko maksut kohdallaan vai eivät. (Luhmann 2004, 94–107.)

Sisäisillä ohjelmillaan järjestelmät kontrolloivat sitä, mikä prosessoidaan relevantiksi ympäristöksi – taiteeksi ja taloudeksi (Luhmann 2004, 85–93). Talousjärjestelmä on erityisen tehokas tehdessään jaon talouden ja ei-talouden välillä, siis rajatessaan itsensä ympäristöstään. Sen sijaan taiteen ja ei-taiteen välinen erottelu on taidejärjestelmässä jatkuvassa muutostilassa. Muun muassa tästä johtuu, että taidejärjestelmään osallistuvien ihmisten määrä on niin pieni, jos sitä vertaa esimerkiksi talousjärjestelmään osallistuvien määrään. Suppea osallistujamäärä ei olisi mahdollinen ilman tiettyä samankaltaisuutta uskontojärjestelmän kanssa: molempiin osallistuminen on yksilöiden itsensä päätettävissä. Poliitiikka, talous ja oikeus sulkevat yksilöitä sisälleen ilman näiden suostumusta, mutta taide ja uskonto vaativat ihmiseltä valintaa. Tämä taas mahdollistaa sen, että taidejärjestelmä ei välitä muiden järjestelmien inkluusio/ekskluusio -periaatteista. Rakenteelliset kytkennät taidejärjestelmän ja muiden järjestelmien välillä ovatkin melko harvassa ja löyhään sidottuja. Sen sijaan taide on erityisen sidoksissa sosiaaliseen ympäristöönsä, siis rakenteen tasoon ja siellä tapahtuviin muutoksiin. Tämä tekee gallerioidenkin tutkimuksen kiinnostavaksi. Taidemarkkinoilla maineet vahvistuvat ja heikentyvät, mutta omaperäisyyden vaatimus ajaa taiteilijoita kääntämään katseensa pois markkinoilta. Tämä tekee taiteesta autonomisen osajärjestelmän – taiteen epäkonventionaalinen/konventionaalinen erottelu estää taidetta hakemasta mahdollisimman laajaa kannatusta. Taiteellinen autopoiesi on Luhmannin mukaan siis turvattu. (Luhmann 2000, 242–243.)

Talous ja taide vaikuttavat toisiinsa, kun taideteoksia hinnoitellaan ja ostetaan. Kuten edellä totesin, hintoja tarkastelemalla voidaan varmistua siitä, että maksut ovat kohdallaan. Tämä on prosessi, joka hahmotetaan usein markkinoiden käsitteellä. Taiteen tapauksessa hintojen asettamiseen liittyy tavanomaista enemmän kontingenssia, koska kyse on uniikkikappaleiden markkinoista. Sekavuutta lisää se, että myös muut osajärjestelmät voivat puuttua talousjärjestelmässä tapahtuvaan hinnanmuodostukseen. Esimerkiksi politiikka voi näin tehdä, mutta tällöinkään se ei vaikuta talousjärjestelmään, vaan muuttaa taloudellisia ongelmia vallan kysymyksiksi (Luhmann 2004, 97). Samoin taide voi versioida taloudellista kommunikaatiota taiteellisessa kommunikaatiossaan (ks. esim. Veltuhis 2003). Riippuvuudet järjestelmien välillä voivat vähentyä tai kasvaa, mut-

ta ympäristö ei kykene enää määrittämään, mikä on taidetta (Luhmann 2000, 314). Luhmann ei itse juurikaan analysoinut gallerioiden, museoiden ja muiden instituutioiden vaikutuksia taidejärjestelmään. Hänen muotoiluissaan taidekauppa ei sijoittunut taiteeseen eikä talouteen – ei ollut olennainen kummankaan autopoieesin kannalta – vaan ilmeni vain rakenteellisena kytkentänä taiteen ja talouden välillä. Millä tavalla tämä kytkentä tapahtuu organisaatioiden tasolla, se jäi Luhmannilta selvittämättä (ks. Sevänen 2001, 95–96).

Edellä olen keskittynyt talouden ja taiteen väliseen suhteeseen kiinnittämättä juurikaan huomiota taidejärjestelmän operaatioon, koodaukseen ja funktioon. Mikä siis konstituoii taidejärjestelmän? Jokaisella osajärjestelmällä on sille ominainen operaationsa, joka konstituoii koko systeemin. Talousjärjestelmässä tämä operaatio oli maksu, taiteessa järjestelmän tuottava operaatio on taideteoksen tarkastelu. Taideteoksen tarkastelu läsnä kaikessa taidekommunikaatiossa¹⁸, myös taiteellisessa luomisprosessissa: taiteilijan on jatkuvasti tehtävä uusia jakoja, jotka sopivat kuvaan. Tällä tavalla taiteilija etenee alkutilanteen loputtomasta vapaudesta kohti tiukkoja valintoja, koska jokainen teokseen lisätty uusi distinktio rajaa teokseen sopivien distinktioiden määrää. Nämä jaot seuraavat taiteen sisäisiä ohjelmia, joita ovat erilaiset tyylit ja taidesuuntaukset. (Luhmann 2000, 328.)

Taiteeseen on vaikea liittää vain yhtä erottelua eli binäärikoodia, kuten estetiikan keskeeseen kilpailevat suuntaukset todistavat. Selvää on kuitenkin se, että jaottelu *taide/ei taide* ei ole koodi, koska se sisältyy jo teosten muotokieleen ja kehystämiseen. Taide/ei-taide on siis taiteellisen kommunikaation perusyksikön, taideteoksen, ulkopuolinen jako. Taiteen binäärikoodaus tänä päivänä näyttäisi olevan *originaalinen/konventionaalinen*, joka on suurelta osin korvannut vanhentuneen *kaunis/ruma* -jaottelun. Taiteen koodaus on siitä mielenkiintoinen, että se haastaa jatkuvasti vanhan tavan tehdä ja kommunikoida taiteesta. Galleriaan tuotu pisoari on taidetta siinä missä perinteinen öljyvärimaalauskin, kunhan se tunnustetaan taideyhteisöissä epäkonventionaaliseksi, siis uusia mielenkiintoisia jakoja tekemäksi. (Sevänen 2001, 94–95.)

¹⁸ Taideteoksen tarkastelu on jo sinällään kommunikaatiota, koska siinä tarkastelija pyrkii erottamaan viestimuodon sen kantamasta sisällöstä. Taide-elämys on sen kommunikaation viimeinen vaihe, jonka taiteilija aloitti tekemällä työn.

Originaalinen/konventionaalinen-jaottelu voidaan muotoilla hieman toisin, jos tarkastellaan taidejärjestelmän funktiota yhteiskunnassa. Luhmannille taide on yksi modernin yhteiskunnan itseymmärryksen muoto ja avaa ovia asioiden uudelleenlaiselle hahmottamiselle. Taide siis avaa uusia kommunikoinnin mahdollisuuksia olemalla leikkilinen kopio todellisuudesta. Tai Luhmannin sanoin: taide integroi yhteiskunnan kommunikatioverkostoon jotakin sellaista, mikä on perustavalla tavalla kommunikoimattomissa, siis aistimuksia (Luhmann 2000a, 141). Tällaisena se antaa uusia itsekuvauksen keinoja yhteiskunnalle, joka voi valita näistä aina sen mukaan, hakeeko se negatiivista vai positiivista suhdetta itseensä. Siten taiteen koodi voidaan hahmottaa yhtä hyvin distinktiona reaalisesta ja mahdollisesta tai todellisesta ja vaihtoehtoisen välillä. Taide on yhteiskunnassa eräänlainen mahdollisuuksien kartoittaja ja mielikuvituksen liikkeellepanijana. (Luhmann 2000a, 242–243.)

Muita, esimerkiksi parasiittisia distinktioita voi esiintyä, mutta ne kohdataan organisaatioiden, interaktion ja psyykkisten systeemien tasolla, ei osajärjestelmien tasolla. Näihin mahdollisuuksiin perehdyn paremmin luvussa 3.4.

3.4 Organisaatiot näkökulmina osajärjestelmiin

Saksalaisen sosiologin Armin Nassehin (2005, 183–185) mukaan systeemiteoriaa on turhaan kritisoiu kankeasta, makroteoreettisesta suuntautumisesta, joka jättää ihmisten väliset ilmiöt vaille huomiota. Vaikka Luhmannin teoria sosiaalisista systeemeistä ei ota lähtökohdaksi yksilön toimintaa, se ei silti ole makroteoria. Luhmann erottelee toisistaan kolme sosiaalisen systeemin tyyppiä: interaktion, organisaation ja yhteiskunnan. Edellä olen jo kuvannut modernia yhteiskuntaa, joka on Luhmannille funktionaalisten osajärjestelmien jäsentämä kommunikatiivinen kokonaisuus. Esimodernit yhteiskunnat perustuivat Luhmannin mukaan stratifikaatioon, nyky-yhteiskunta funktionaaliseen eriytymiseen (ks. esim. Kangas 2006). Toisin kuin yhteiskunta, interaktiosysteemit aktualisoituvat persoonien samanaikaisen läsnäolon kautta, tapahtui tämä sitten puhelimessa tai julkisessa tilassa. Luhmannin teoriassa yhteys interaktion ja yhteiskunnan välillä ei ole yhteys eri tasojen välillä, kuten sosiologiassa yleensä ajatellaan, vaan eri tavalla toimivien sosiaalisten systeemien välillä. Näissä systeemeissä systeemi/ulkopuoli-erottelun uusintaminen tapahtuu erilaisia logiikoita noudattaen. Tässä luvussa keskityn interaktion ja yhteiskunnan välissä toimiviin sosiaalisiin systeemeihin eli organisaatioi-

hin. Hahmotan taidegallerian organisaationa, joka koostuu galleristista ja gallerian "talliin" kuuluvista taiteilijoista ja helpottaa taiteen autopoieesia tuomalla uusia taiteilijoita ja siten uutta kommunikaatiota taiteen kentälle.

Organisaatiosysteemejä luonnehtii niiden kyky stabilisoida käyttäytymismuotoja tekemällä kommunikaation tasolla ilmeneviä päätöksiä¹⁹. Organisaatiot ovat yhteiskunnan sisäisiä "päättökoneita" (tästä myös Andersen 2003c; Seidl & Becker 2006). Luhmann hahmottaa päätöksenteon radikaalisti eri tavalla kuin perinteinen, päätöksenteon rationaalisuutta painottava organisaatioteoria. Luhmann lähtee liikkeelle päätöksenteon paradoksaalisesta luonteesta ja pohtii, mikä funktio päätöksellä on sosiaalisten systeemien tasolla. Tilanne, jossa tiedetään varmuudella, mikä vaihtoehto pitäisi valita – tai voidaan analysoida ainoa oikea vaihtoehto – ei ole päätös, vaan kalkylointiprosessi. Usein organisaatio ei kykene saavuttamaan kalkylointiprosessin varmuutta, vaan joutuu tekemään päätöksen. Kyetäkseen valitsemaan, organisaatio konstruoi itselleen rajallisen määrän oikeita vaihtoehtoja, joista se valitsee yhden. Tällä tavalla organisaatio pyrkii tekemään vaihtoehtojen horisonttia rajaavia päätöksiä ja siten vähentämään ympäristössä havaitsemaansa kontingenssia. Päätöksenteko on siis prosessi, jossa organisaatio käsittelee valintatilanteeseen liittyvän paradoksin – valinnan oikeellisuus paljastuu vasta retrospektiivisesti. (Nassehi 2005, 185–186.)

Edellistä voi selventää kuvailemalla organisaatioiden perusongelman sosiaalisina systeemeinä: niiden on kyettävä perustelemaan jokainen päätös rationaalisena, jotta autopoieesi toimisi ja toiminta organisaatiossa olisi mielekästä. Tämä perustelu on aina hataralla pohjalla, koska päätökset olisi voitu tehdä myös toisin. Hatarana pohjana on haitallinen kommunikaatiolle, jos se nousee kommunikaation keskiöön ja alkaa jäytää toiminnan mielekkyyttä. Päätöksenteon paradoksin peittämiseksi organisaatioilla on käytössään erilaisia keinoja. Yleisin tekniikka päätösten ankkuroimiseksi on päätöksentekijän konstruointi (ks. Jönnhill 2003, 26–28; Thyssen 2003). Organisaatioissa sekä perinteisissä organisaatioteorioissa päätöksenteon paradoksaalisuus piilotetaan ankkuroimalla päätös henkilöihin, ja viittaamalla sitten näiden rajallisiin resursseihin. Toinen paljon käytetty tapa epävarmuuden häivyttämiseksi on päätöksentekoprosessin tekeminen näkyväksi. Tämä onnistuu järjestämällä erilaisia kokouksia, tapaamisia ja riittejä niille tar-

¹⁹ Kaikissa sosiaalisissa systeemeissä – niin osajärjestelmissä kuin organisaatioissa – peruselementti on kommunikaatio. Organisaatiossa kommunikaation muoto ja mediumi on päätös. Kaikki päätöksenteon ulkopuolelle rajautuva jää interaktion tai yhteiskunnan tasolle (ks. Jönnhill 2003). Tässä tutkielmassa pyrin ottamaan kaikki tasot huomioon siinä määrin kuin aineisto sen sallii.

koitetuissa tiloissa, sekä julistamalla tavoitteita, jotka stimuloivat rationaalista puhetta organisaatiossa. (Nassehi 2005, 186; Andersen 2003c.)

Luhmann kannustaakin etsimään sellaisia esiehtoja kommunikaatiolle, joista ei ole toisesta päätetty. Tällä Luhmann tarkoittaa organisaatiokulttuuria, joka on syntynyt organisaation toimintatapojen vakiintuessa. Organisaatioita tutkivan sosiologian tulisi etsiä näitä ääneen lausumattomia päätöksenteon ehtoja, joiden avulla organisaatio peittää itseensä viittaavan luonteensa ja konstruoi itselleen toimintaympäristönsä. (Nassehi 2005, 187.)

Nassehin (2005, 187–188) mukaan Luhmann hahmottaa organisaatioilla kolmenlaisia funktioita eriytyneessä yhteiskunnassa. Näitä ovat refleksiivisyys, rationaalisuus ja inklusio/eksklusio. Refleksiivisyys viittaa siihen, että organisaatiot vakauttavat funktiosysteemien toimintaa tekemällä niiden prosesseista toistettavia, odotettavia. Refleksiivisyys tarkoittaa sitä, että organisaatioissa päätös paikallistuu tavalla, joka on tärkeä funktiosysteemin kannalta. Talousjärjestelmä tarvitsee pankkeja, pörssiä ja yrityksiä, jotta markkinat kykenevät uusintamaan toimintansa. Sama pätee taiteeseen, joka ei nykyisessä muodossaan olisi mahdollinen ilman gallerioita ja museoita.²⁰

Organisaatioiden rationaalisuudella Nassehi (2005, 188–189) viittaa siihen, että koodauksia hyödyntävät päätökset voidaan paikantaa organisaatioihin. Tämä mahdollistaa funktiosysteemien rakenteen tarkastelemisen. Nassehin mukaan funktiosysteemejä ei ole mahdollista tarkastella sellaisenaan —ne ilmenevät pääasiassa organisaatioiden kommunikaatiossa. Organisaatiot ovat siis toimijoita hieman samassa mielessä kuin yksilöt toimintateorioissa. Ero on siinä, että Luhmann tarkastelee toimijaa kommunikaatioprosessissa syntyvänä konstruktiona. Organisaatiot "tekevät itsestään näkyviä konstruomalla toimintaa, joka on kytkettävissä toimijoihin" (emt., 189)²¹.

²⁰ Tästä myös Luhmann (1995b, 45): "Sosiaalisille systeemeille kommunikaatioon kykenevien organisaatioiden emergenssi on erityisen tärkeää. Yksikään toinen sosiaalinen systeemi ei voi kommunikoida ykseytenä, ei yhteiskunta, ei alajärjestelmä, ei interaktio. Jos vanhaeurooppalaisen yhteiskunnan alueet halusivat äänen, ne muodostivat korporaatian ("Standtschaft" saksaksi), ja jos talous haluaa saada äänensä kuuluviin poliittisissa asioissa, se lähettää organisaatioidensa edustajia."

²¹ Muun muassa tämän nojalla Nassehi kumoaa Luhmannia vastaan esitetyn kritiikin (esim. Mingers 2003), jonka mukaan Luhmann ei tematisoi sosiologiassaan tarpeeksi yksilöiden tasolla. Nassehin (2005, 182 & 189) mukaan Luhmannin teoria ei painota systeemitasoa vastakohtana yksilötason toiminnalle. Luhmannia kiinnostaa se, kuinka yksilöiden toiminnasta tulee merkityksellistä huolimatta itse toimijoista. Nassehin mukaan kritiikot vaativat Luhmannilta juuri sitä, mitä hän yritti välttää: arkijärkeen liittyvien toimijuuskonseptioiden kritiikitöntä hyväksymistä eikä niiden tutkimista.

Kuten aikaisemmin totesin, funktiosysteemit ovat kaikille avoimia: kuka tahansa voi osallistua keskusteluun maksuista, tai suorittaa sellaisia, ja edesauttaa siten talousjärjestelmän autopoiesia. Organisaatioissa on sen sijaan selvät rajat sille, kuka saa osallistua ja kuka ei. Tätä Nassehi tarkoittaa organisaatioiden funktiolla inklusion ja eksklusion tuottajina. Kyse on epätasa-arvon kokemusten normalisoinnista, jolla on suuri vaikutus modernin ihmisen mentaliteettiin. Nassehi kirjoittaakin, että organisaatioiden jännitteissä suhteissa syntyy tahtoa, motivaatiota ja luovuutta, jotka ovat modernin yhteiskunnan produktiivisia voimia. (Emt., 189–190.)

Mitä nämä organisaatiolle lankeavat funktiot tarkoittavat taidegallerioiden sekä käsillä olevan tutkimuksen kannalta? Jos taidejärjestelmän päätös taiteen rajoista paikantuu taidegallerian kommunikaatiossa, niin minkälaista logiikkaa noudattaen (ks. Andersen 2000, 56–60)? Miten päätöksentekijä konstruoidaan ja päätöksenteon paradoksaalisuus piilotetaan gallerioissa? Entä miten käsitellään talouden ja taiteen toisiaan hylkivistä logiikoista johtuva jännitteisyys? Mitkä seikat määräävät gallerian inklusiota ja eksklusiota taiteilijoiden –gallerian samanaikaisten jäsenten ja asiakkaiden –osalta?

3.4.1 Gallerian paradoksi ja sen purkaminen

Luhmannilainen organisaatioteoria tarjoaa monia mahdollisuuksia taidemaailman tutkimukselle. Oma tutkimusintressini kohdistuu pääasiassa galleriaorganisaatioon taidejärjestelmän sisäisenä *deparadoksifioivana koneistona*. Tämän koneiston tehtävänä on poistaa tai piilottaa koodausten yhdistämisestä syntyvä paradoksi, joka tekee toiminnasta epämielekästä. Edellä on toistuvasti törmätty siihen tosiasiaan, että galleria joutuu tekemään päätöksiä, joissa talouden ja taiteen erilaiset koodaukset ovat ristiriidassa keskenään. Galleria toimii taiteen kentällä, mutta se on perinteisessä muodossaan myös yksityinen voittoa tavoitteleva yritys. Yritys joutuu hahmottamaan markkinat ensisijaisena ympäristönään (esim. Andersen 2000, 47)²². Tässä mielessä talouden koodaus voidaan nähdä sille ensisijaisen tärkeäksi. Kuten edellä totesin, talouden ja taiteen suhde on yhteiskuntatieteiden historiassa todettu usein ongelmalliseksi. Taloudellisen, suhteuttavan arvon ei yleisesti uskota sopivan yhteen taiteen monimerkityksisen ja subjektiiviseen kokemukseen kallistuvan arvokäsityksen kanssa. Galleriassa tämä vaikeus on ylitettävä. Kysymys tämän ristiriidan todenperäisyydestä ei ole luhmannilaisen tutki-

²² Luhmannia on sovellettu myös käytännön yritysvalmennukseen tähtäävässä management-ajattelussa (esim. Vos 2005; Stähle 2004).

muksen kannalta relevantti — riittää, että se ilmenee sosiaalisten systeemien peruselementin eli kommunikaation tasolla. Talouden ja taiteen välillä toimiva taidegalleria on siis oiva tutkimuskohde. Vaikeuksia aiheuttaa vain se, että luhmannilaisissa teorioissa ei ole yhtä, yleisesti hyväksyttyä näkemystä siitä, millä tavalla osajärjestelmien välillä toimivat organisaatiot yhdistävät toisilleen vieraita koodauksia.

Koska osajärjestelmät ovat toistensa ympäristössä eivätkä ne voi suoraan kommunikoida keskenään, ne havainnoivat toistensa kommunikaation kohinana. Niiden välillä on eittämättä riippuvuussuhteita — kuten politiikan ja talouden välillä — mutta osajärjestelmät eivät voi palvella toistensa funktioita. Tilannetta helpottaa se, että osajärjestelmät eivät ole yksin yhteiskunnassa. Funktionaalisista osajärjestelmistä koostuvan systeemin lisäksi yhteiskunnassa toimii organisaatio- ja interaktiosysteemejä. Tässä tutkielmassa huomion kohteena on erityisesti organisaatiosysteemi, koska juuri organisaatioilla on erityinen rooli erilaisten koodausten käyttäjinä ja siten osajärjestelmien välisten jännitteiden purkajana. Organisaatio on sosiaalisesti suljettu eli vain jäsenille sallittu, mutta funktionaalisesti avoin eli kykeneväinen toteuttamaan erilaisia funktioita. Organisaatio pystyy siis kommunikoimaan eri funktiosysteemien sisällä, niille ominaisilla koodeilla.²³ (Andersen 2003b, 159–160.)

Koodausten hyödyntäminen organisaatiossa edellyttää, että organisaatio kykenee tekemään osajärjestelmälle tyypilliseen, symbolisesti yleistettyyn mediaan liittyviä päätöksiä. Tällaisia symbolisesti yleistettyjä medioita ovat esimerkiksi raha, oikeus ja valta. Käsitellessään rahaa organisaatio tekee päätöksiä talouden koodilla maksaa/ei-maksa, tarkastellessaan taiteesta nauttimista organisaatio hyödyntää koodia originaalinen/konventionaalinen. Koodilla kommunikointia edeltää aina valinta eli "päätös" käyttää tiettyä koodia tietystä asiasta kommunikoimiseen. Tämä ei tarkoita, että päätökset olisivat luonteeltaan refleктоituja ja rationaalisia. Niiden pääasiallinen tarkoitus on lyödä asioita lukkoon, jotta agendalle voidaan ottaa taas uusia asioita. Luhmannin systeemitoreettisesta näkökulmasta organisaatiot ovat systeemejä, jotka rakentuvat ensisijaisesti päätöksistä. Päätös ei tässä tarkoita psykologista mekanismeja, vaan sosiaalista

²³ Luhmann (2004, 169) kirjoittaa: "Yleinen systeemitoreettinen ja erityisesti biologinen tutkimus on osoittanut, että redundanssista luopuminen rajoittaa kykyä reagoida häiriöihin (noise). Toisaalta rakenteelliset rajoitukset voivat lisätä resonointikykyä, kuten juuri organismeista voidaan nähdä. Silmien ja korvien, hermostojen ja immuunijärjestelmien syntyessä on jouduttu luopumaan paljosta. Ne ovat resonointikykyisiä vain kapeilla, mutta evoluution kuluessa koetelluilla taajuualueilla. Näitä rajoitteita voidaan sitten tasoittaa organisoituneen oppimiskyvyn avulla."

tapahtumaa, jossa yksi kommunikaatio tulee valituksi avaten mahdollisuuksia uusille kommunikaatioille. Päätös resonoi sosiaalisessa systeemissä vasta, kun se on kommunikoitu. Sosiaalisessa systeemissä resonoiva päätös on siis organisaatioille tyypillinen kommunikaatiomuoto. (Luhmann 2003, Andersen 2003b, 160.)

Markkinoilla toimivalle yritykselle ensisijainen koodaus tulee taloudesta, jolloin keskeinen päätös on käyttää rahaa/ei käyttää rahaa. Tällöin ympäristö näyttäytyy kommunikaatiossa taloudellisen (omistaa/ei omistaa) koodauksen läpi. Talouden koodi toimii liikeyrityksen itsekuvauksen lähtökohtana –kyseessä on voittoa tavoitteleva yritys. Kun yhteiskunnallinen kysymys käännetään kustannusten muotoon, siitä tulee talousjärjestelmälle ymmärrettävä ja silloin se on myös käsiteltävä talousjärjestelmässä. "Kypsäksi tulleessa" modernissa yhteiskunnassa organisaatiot kohtaavat paineita kommunikoida peräkkäisesti monien eri osajärjestelmien koodilla. Toisin sanoen ne joutuvat toimimaan monenlaisissa kommunikaatiivisissa ympäristöissä. Julkiselle sektorille palveluja tuottava hoivayritys joutuu yhtäkkiä muodostamaan poliittisen koodin tarjotessaan palvelujaan "kansalle" asiakkaiden sijaan. Samassa prosessissa julkinen sektori joutuu muodostamaan talouden koodin ja näkemään kansan markkinoina, joilla se voi kilpailuttaa palveluita. Miltä mikäkin asia näyttää, riippuu siitä, minkä kommunikaation sisältä sitä tarkastelee. Näiden näkökulmien ongelmia ja yhteensopivuutta voidaan parhaiten pohtia ulkopuolelta käsin, toisen asteen tarkkailijoina. (Andersen 2000.)

Organisaatioissa erilaisten koodausten aiheuttama polyfonia (Andersen 2003b) nähdään usein rikkautena, mutta se voi myös aiheuttaa vaikeuksia. Polyfonisen organisaation on kyettävä tekemään päätös eri koodausten välillä, ennen koodauksen käyttöä. Tämä tekee organisaation itsehavainnoinnista skitsofreenista suhteessa homofoniseen organisaatioon. Polyfonian käsitteen organisaatioteoriaan tuonut Nils Andersen (emt., 163) kirjoittaa, että vaihtaessaan koodausta organisaatio asettuu maailmaansa eri tavalla ja samalla koko sen identiteetti vaihtuu. Andersen myöntää, että monet organisaatiot joutuvat ottamaan useita koodauksia huomioon kommunikaatiossaan. Organisaatio on kuitenkin polyfoninen vasta sitten, kun sillä ei ole enää ensisijaista koodausta, johon se suhteuttaa muut koodaukset. Esimerkiksi puolueorganisaatio suhteuttaa talouden ja oikeuden koodaukset poliittiseen valtaan ja hallitus/oppositio-asetelmaan eikä siten ole polyfoninen. Entä miten on yksityisten yritysten laita? Tutkimuksessaan hoivapalvelujen yksityistämisestä Andersen (2000) huomasi, että yksityisen yrityksen taloudellisen

koodauksen ensisijaisuus horjuu, kun yritys ottaa julkisia palveluja hoitaakseen. Andersenin esimerkkitapauksessa politiikalle ei voitu kääntää selkää, joskin yrityksen oli edelleen tarkasteltava maailmaa ensisijaisesti oman taloutensa kautta. Yksityisessä galleriasa tilanne on melko samanlainen, mutta polyfonia-käsitteen hedelmällisyys jää nähtäväksi. Oli kyse polyfoniasta tai ei, niin talous ja taide eivät käänny toistensa koodeille. Kumpaa voidaan tarkastella toisen kautta, mutta koodaukset eivät voi olla yhtä aikaa läsnä. Andersenin (2003b, 179) mukaan koodaukset voivat ilmetä parasiitteina muiden osajärjestelmien kommunikaatiossa. Esimerkiksi poliitikko voi perustella päätöstä vetoamalla tieteelliseen totuuteen. Tällöin politiikka hyödyntää positiivista puolta tieteen tosi/epätosi -koodauksesta viedäkseen poliittista kommunikaatiota eteenpäin. Andersen esittääkin kysymyksen siitä, onko parasiittisuhde – siis koodien siipelleminen toisten koodien kustannuksella – yksi tapa ratkaista polyfoniseen kommunikaatioon liittyvä ongelma organisaatioissa.²⁴

Parasiitti-käsite on kulkeutunut sosiaalitieteiden piiriin ranskalaisen filosofin Michel Serresin kirjoituksista (ks. 1982). Ranskankielinen termi *le parasite* viittaa kolmeen asiaan. Suora käänös viittaa loiseen tai loiseläjään: loinen on kutsumaton vieras, joka tunkeutuu isännän alueelle ja ottaa tältä antamatta mitään takaisin. Toinen merkitys viittaa paralyysiin eli normaalitoimintojen keskeytymiseen: parasiitti keskeyttää normaalitilan isäntäsystemissä. Kolmas merkitys liittyy parasiitin kykyyn katalysoida ja synnyttää uusia toimintamalleja isäntäjärjestelmässä. Kaikki kolme merkitystä ovat läsnä, kun parasiitin käsitettä käytetään sosiaalisten suhteiden kuvaamisessa. Keskustelen ystäväni kanssa ja kuulen ihmisen puhuvan takanani. Tämä takaa tuleva puhe on häiriötä, joka keskeyttää tai häiritsee keskustelua. Käännyin ympäri ja huomaan, että takana oleva henkilö on ystävä, joka puhuu minulle. Hän liittyy keskusteluun, joka oli minun ja toisen ystäväni välinen, ja vaikuttaa keskustelun suuntaan halusimme sitä tai emme. Hän tulee pöytään, johon keskustelu on jo katettu. Parasiitin käsitteen anti tälle tutkimukselle on, että sen avulla voidaan hahmottaa tilanteita, joissa kommunikaatiokanavassa ilmenevä kohina eli häiriö muuttuu viestiksi. (Ks. Brown 2002 & 2004; Serres 1982.)

Edellisten huomioiden perusteella voidaan problematisoida se, miten ja milloin galleria päättää aktivoida talouden ja milloin taiteen koodit? Voidaanko sanoa, että toinen koo-

²⁴ Luhmann viittaa usein Michel Serresin (1982) teokseen *The Parasite*. Yleistajuisen selityksen parasiitin käsitteestä tarjoaa Steven D. Brown (2002) artikkelissaan Michel Serres: Science, Translation and the Logic of the Parasite. Luhmannin ja Serresin teorioiden suhteesta ks. Wolfe 2007.

dauksista on ensisijainen, vai onko niin, että koodausten suhde on ratkaistava erikseen jokaisessa tilanteessa? Mitä tapahtuu, kun galleria pakotetaan tarkastelemaan taloutta taiteen ja taidetta talouden kautta? Lähtöoletukseni on, että taidegalleria kykenee pelaamaan koodailla ja käyttämään taloutta taiteen hyväksi (esim. Velthuis 2003). Gallerian talouskommunikaatio (hinnoittelu yms.) voi olla käytännössä sujuvaa, mutta "kommunikaatio talouskommunikaatiosta" uhkaa paljastaa paradoksin, joka liittyy kahden erilaisen koodauksen ja arvokäsityksen yhteenliittämiseen.²⁵ Taiteellisen arvon aktualisoiminen rahaksi vaatii taiteen kannalta mielivaltaisia tekoja ja erilaisten järjestelmien ja koodausten pohjalle rakennettua kommunikaatiota. Tämän toimintaan liittyvän epäjohtonmukaisuuden esille tuominen vaarantaisi galleristin roolin taiteen asiantuntijana ja hyvänä johtajana. Tutkimukseni lähtökohta onkin siinä, että taidegallerian toiminta nojaa kommunikaatioon, jonka paradoksaalisuus on piilotettu. Tutkimustehtävänä onkin tarkastella sitä, miten paradoksi piilotetaan tai kohdataan haastatteluissa.

²⁵ Kommunikaatio kommunikaatiosta on toiseen asteen havainnointia. Siinä havainnoija vaihtaa paikkaa havainnoidakseen itseään aikaisemmassa positiossa, mutta jää taas itse havainnointinsa sokeaan pisteeseen (esim. Luhmann 2004, 60–66).

4 Tutkimusasetelma, aineisto ja menetelmät

Tutkimukseni aineistona ovat 11 galleristin ja kahden muun galleriakentällä vaikuttaneen henkilön teemahaastattelut. Haastateltavat on valittu siten, että vaihtoehtogalleriat (5 kpl) ja perinteisemmät galleriat (6 kpl) ovat tasapuolisesti edustettuina. Perinteisemmät taidegalleriat jakaantuvat kahteen yhtä suureen joukkoon: gallerioihin, jotka perivät taiteilijalta näyttelymaksun (3 kpl) ja gallerioihin, jotka eivät sitä peri (3 kpl). Jälkimmäisiä kutsun managerigallerioiksi, koska ne sitoutuvat taloudellisesti taiteilijoidensa menestykseen ottaessaan rahaa vain myydyistä teoksista. Ensin mainittuja kutsun keskitason gallerioiksi, koska ne ovat toimintatavoiltaan vaihtoehtogallerioiden ja managerigallerioiden välimuotoja. Keskitason galleria ottaa taiteilijoilta näyttelymaksun, kuten vaihtoehtogalleriatkin. Keskitason gallerioissa tämä maksu on suurempi, koska kyseessä on taloudellista voittoa tavoitteleva yritys.

Galleriakentältä poimimani otos ei kerro erilaisten galleriatyyppien yleisyydestä Suomessa. Todellisuudessa managerigallerioita ja vaihtoehtogallerioita on kumpiakin Helsingissä vain kourallinen, kun taas keskitason gallerioita on noin kolmekymmentä. Aineiston rajaamisessa olen kiinnittänyt erityistä huomiota sen teoreettiseen kattavuuteen (Eskola & Suoranta 1998, 65). Pyrkimyksenäni oli löytää tapauksia, jotka olisivat teoreettisesti kiinnostavia tutkimustehtävän kannalta. Siksi halusin galleriakentän ääripäät hyvin edustettuina mukaan – niiden kautta saisin gallerioiden väliset erot helpommin esille. Keskitason aliedustusta lievittää kuitenkin se, että keskitason galleristien joukossa ovat Galleristit ry:n entinen ja nykyinen puheenjohtaja. Heitä voisi kutsua myös galleriakentän, ja erityisesti oman galleriatyyppinsä, asiantuntijoiksi.

Galleristien lisäksi aineistossa esiintyy kaksi muuta haastateltavaa, joista kumpikin on omalla tavallaan yrittänyt haastaa kaavoihinsa kangistuneen galleriakentän. Toinen perinteisen tyyllisellä, mutta ohjelmistoltaan epätavallisella gallerialla; toinen performanssia muistuttavalla, kuukauden mittaisella kokeilulla. Nämä "rajatapaukset" osoittautuivat hedelmällisiksi, koska molemmat olivat galleriakentän ulkopuolisia, mutta aihepiirin hyvin tuntevia. Lisäksi on syytä mainita, että toinen edellä mainituista rajatapauksista ja kaksi vaihtoehtogalleristeista oli päätoimisia taiteilijoita. Heiltä kysyin myös taiteilijan näkökulmaa gallerioiden toimintaan.

Erilaiset haastateltavat tunnistaa sitaattien lopussa olevasta tunnisteesta, joka noudattaa seuraavanlaista periaatetta:

VG = vaihtoehtogalleria

KG = keskitason galleria

MG = managerigalleria

XG = galleriakentällä toiminut "rajatapaus"

(T) = toimija on lisäksi ammattitaiteilija

Mainittujen 13 haastateltavan lisäksi haastattelin kahta galleristia, mutta nauhoituksen huono laatu teki litteroimisesta liian hankalaa. Tästä syystä nämä haastattelut eivät päässeet varsinaiseksi aineistoksi, joskin antoivat hyvää taustatukea analyysille. Lisäksi kävin pitkän keskustelun taidekriitikon kanssa ennen galleristahaastatteluiden tekemistä. Tästä sain paljon virikkeitä galleriakentän erittelemiseksi ja erilaisten galleriatyyppien ymmärtämiseksi. Kriitikko oli puhtaasti informantti eikä siten esiinny aineistossa. Haastattelujen määrä osoittautui kuitenkin riittäväksi: jo haastattelujen puolivälissä tietty logiikka alkoi hahmottua ja vahvistui haastatteluiden kertyessä. Aineisto siis kylläntyi pro gradu -työni tavoitteiden kannalta (Eskola & Suoranta 1998, 62–64). Alustava analyysi paljasti, että vastauksissa näkyvät yhtäläisyydet ja erot toistuivat johdonmukaisesti. Tästä rohkaistuneena päätin, että lisähaastatteluiden tekeminen ei palvelisi käsillä olevaa tutkimustehtävää.

4.1 Haastattelut

Galleristien pro gradu -aiheeni kohtaan osoittama kiinnostus kasvatti myös omaainnostustani. Haastatteluajan sopiminen sujui mutkattomasti puhelinsoitolla. Vaihtoehtogalleristien kanssa molemmille sopiva ajankohta löytyi helposti ja moni tarjoutui tulemaan yliopiston tiloihin haastattelua varten. Kaupallisemmat galleriat pyysivät minua tulemaan paikan päälle kiireiseen aikatauluunsa vedoten. Tosin ensimmäisen galleriassa tehdyn haastattelun jälkeen pyrin sopimaan kaikki haastattelut gallerioihin nähdäkseni galleristit luonnollisessa ympäristössään. Ennen haastattelua pyysin haastateltavaa allekirjoittamaan suostumuksen tutkimushaastatteluun (ks. liite 1 sivulla 92).

Haastattelujen kesto vaihteli 40 minuutista puoleentoista tuntiin galleristin vastauksista ja puhenopeudesta riippuen. Yleensä puhetta tuli paljon ja kevyt keskustelun ohjailu riitti kirvoittamaan värikkäitä vastauksia. Haastattelutilanteessa nostin esimerkkejä talouden ja taiteen välisestä jännitteestä saadakseni haastateltavien tulkinnan tähän jännitteeseen. Haastattelukysymyksillä pyrin kartoittamaan siten taiteen ja sen kaupallisuuden suhdetta erilaisista näkökulmista (ks. liitteet 2 & 3 sivuilla 93–96). Tällaisia näkökulmia olivat ainakin seuraavat: Taiteellisen arvon ja taloudellisen arvon välinen suhde nykytaiteessa; vaihtoehtogallerioiden merkitys taiteen kentälle ja niiden oma suhtautuminen kaupalliseen taidekenttään; galleriainstituution legitimiisyys nykymaailmassa; sekä galleriamuodon vaikutus gallerian suhtautumisessa taidemarkkinoihin ja muuhun taidekenttään. Olin muotoillut haastattelurungon siten, että samoja asioita oli mahdollista kysyä eri suunnista, erilaisia elementtejä lisäillen. Kysymykset oli asetettu niin, että bisnespuolta tarkasteltiin taiteen ja taidemaailman näkökulmasta ja taiteen määrittelyä kaupallisuuden näkökulmasta. Näin pyrin tuomaan taiteen ja talouden suhteen mahdollisimman selvästi esille.

Suorien haastattelukysymysten lisäksi nostin haastatteluissa esille kaksi taidekenttää puhuttanutta tapausta, joista toinen liittyi taiteen ja kaupallisuuden suhteeseen ja toinen galleriatoiminnan kannattamattomuuteen. Näiden, taidekentällä laajasti tunnettujen tapausten oli tarkoitus avata keskustelua konkreettisempaan suuntaan. Toissijaisena aiheistona toimivat taidetta ja taidekauppaa käsittelevät lehtiartikkelit sekä haastattelutilanteissa ja taidenäyttelyiden avajaisissa tekemäni huomiot.

Galleristien suhtautuminen haastattelijaan oli pääasiassa positiivista. Kun kysymykset koskivat taiteen ja taloudellisen arvon kohtaamista, galleristien puhe muuttui yleensä varautuneemmaksi. Siellä täällä varovaisesti käyttämäni *kaupallinen*-adjektiivi sai monta galleristia puolustuskannalle. Puhe gallerian kaupallisuudesta koettiin hyökkääväksi erityisesti kaupallisemmin orientoituneissa gallerioissa. Haastatteliija saatettiin nähdä taiteen kaupallistumisen kriitikkona, joka oli tullut syyttämään galleristia. "Jos sä meet ruokakauppaan ostamaan ruokaa tai vaatekauppaan ostamaan vaatteita, koet sä sen negatiivisena? Miksi taide on yhtäkkiä negatiivista, jos se on kaupallista" (MG3). Tällaisissa tilanteissa pyrin puhdistamaan ilmaa selittämällä neutraalin asenteeni tai sympatiseeraamalla haastateltavaa. Muun muassa tällä tavalla tulin tutuksi galleristien puheta-

van kanssa – oppimalla käyttämään galleristien suosimia sanamuotoja, jotta ilmapiiri säilyisi avoimena.

Kun pari ensimmäistä haastattelua oli tehty, tarkastelin minkälaisia vastauksia haastattelukysymykset kirvoittivat ja pohdin vastausten hedelmällisyyttä tutkimusongelman kannalta. Tästä viisastuneena tein muutamia muutoksia haastattelurunkoon. Ensinnäkin korjasin kysymysten sanamuotoja helppotajuisemmiksi. Toiseksi pyrin lisäämään kysymyksiä, joilla saisin konkreettisia esimerkkejä talouden ja taiteen kohtaamisesta.

4.2 Aineiston käsittely

Tutkimusaineiston teemoittelu on pelkistämistä, jolla joko perustellaan tutkijan tulkin-
taa, kuvataan aineistoa esimerkin kautta, elävöitetään tekstiä tai esitetään aineistosta
tiivistettyjä kertomuksia (Eskola & Suoranta 1998, 175–182). Omassa tutkimuksessani
korostui aineiston kuvaaminen esimerkkien kautta ja kertomusten esittäminen. Pyrin
teemoitteluun, joka ottaisi huomioon taustateoriat, mutta mahdollistaisi myös teorian
ulkopuoliset tulkinnot, jos sellaiset näyttäisivät järkevämiltä. Nostin aineistosta erilaisia
tutkimuskysymyksiin ja teorioihin liittyviä teemoja ja vertailin teemojen alle kertyneitä
aineistopätkiä. Alustavia, haastattelurunkoon ottamiani teemoja olivat muiden muassa
galleristin suhteet taiteilijoihin ja näkemykset erilaisista kentällä toimivista gallerioista
(ks. liitteet 2 & 3 sivuilla 93–96). Tämä analyysia edeltävä teemoittelu eli haastattelu-
runko kirvoitti vastauksia, joita heijastelin edelleen teoriaan ja tutkimuskysymyksiin ra-
kentaen uusia teemoja. Näitä, varsinaista analyysia tuottavia teemoja olivat ne vastauk-
set, joista löytyi tutkimuskysymysten kannalta mielenkiintoisia sävyjä. Esimerkiksi "gal-
leria perheenä" ja "galleria kaveripiirinä" olivat alateemoja haastattelurungossa esiinty-
neelle "suhde taiteilijaan" -teemalle. Tämän jälkeen etsin samankaltaisuuksia ja "ta-
rinatyyppejä", joita on löytynyt erilaisten gallerioiden vastauksista. Tyyppi on tarinan
yksinkertaistettu perusmuoto, joka esiintyy toistuvasti aineistossa (emt., 182–186).

Teemoittelu ja tyypittelyä seurasi diskursiivisesti suuntautunut analyysi, jossa kiinnitin
huomioni siihen, miten tekstissä tuotetaan merkityksiä (emt., 195–204). Pyrkimykseni
oli pikemminkin siis aineiston laadullinen selittäminen kuin aineiston kausaalisuhteiden
tarkka jäsentäminen (vrt. Alasuutari 2001, 61). Tässä kohtaa Niklas Luhmannin rooli
korostui entisestään: purin galleristien puhetta kommunikaationa, joka tapahtuu osajär-

jestelmien koodauksia hyödyntäen ja tietyn organisaation sisällä. Vaikka galleristien puhe oli sävyltään usein henkilökohtaista, niin tarkastelin niitä usein kommunikaatiossa tapahtuvina rajanvetoina. Tätä rajanvetojen maailmaa hahmotin taiteen ja talouden osajärjestelmien ja erilaisten kommunikaatioon rajautuvien sosiaalisten systeemien (yhteiskunta, interaktio, organisaatio) puitteissa. Kommunikaatio ei ole ihmisten sisäisen maailman kuvaus, vaan ihmisten välistä emergentisti nouseva, järjestelmiksi tiivistyvä muoto, joka pyrkii vähentämään järjestelmän kasvavaa kompleksisuutta (kommunikaatiolle asettuvat vaatimukset) sitä samalla kasvattaen (osajärjestelmien suuri määrä).

Jotta analyysi olisi tieteellisesti relevanttia, tutkijalla on oltava perusteltavissa oleva tutkimusmenetelmä. Tässä tutkimuksessa menetelmän virkaa toimittivat kaksi Niklas Luhmannin teoriasta ammentavaa "analyyttistä strategiaa".

4.2.1 Analyyttiset strategiat menetelminä

Haastatteluiden analysoimiseen tarvitsin menetelmän, joka ei olisi ristiriidassa kompleksisen taustateorian kanssa. Sopivan metodin puutteessa turvauduin analyyttisiin strategioihin, joita tanskalainen Niels Andersen (2003a) on eritellyt Luhmannin kirjoituksista. Toisin kuin metodi, analyttinen strategia ei koostu metodologisista säännöistä. Sen keskiössä on taustateoriasta ammentava strategia, jolla tutkija tarkastelee tutkittavien havaintoja havaintoina. Analyttiselle strategialle on käyttöä, kun maailmaa tarkastellaan epistemologisesta näkökulmasta, joka etsii vastauksia *miten*-kysymyksiin. Näin suuntautunut tutkija on kiinnostunut seuraavanlaisista kysymyksistä: Miten jokin tietty merkityssysteemi on tullut olevaksi? Onko ajattelun mahdollisuuksien ymmärtäminen rajoittunutta jossakin systeemissä ja minkä esteiden takia? Miten voimme saada hedelmällisellä tavalla erilaista tietoa kuin mitä systeemit jo kantavat? (Emt., XII–XIV.)

Vaikka metodit nähdään usein takeina tieteellisyydestä, konstruktionistisesti suuntautuneisiin tutkimuksiin ne eivät aina sovi. Metodien avulla ei useinkaan kyetä ottamaan huomioon teorian asettamia esioletuksia ja pahimmillaan päädytään vain tarkastelemaan omia proseduureja. Metodin käyttö jää siten usein tyhjäksi rutiiniksi ja tutkimuksen perusta epäselväksi. Työtäni ohjaavat siten analyttiset strategiat, joka ottavat huomioon Luhmannin teorian asettamat premissit. Lähtökohtana on epistemologinen havainnoinnin havainnointi.

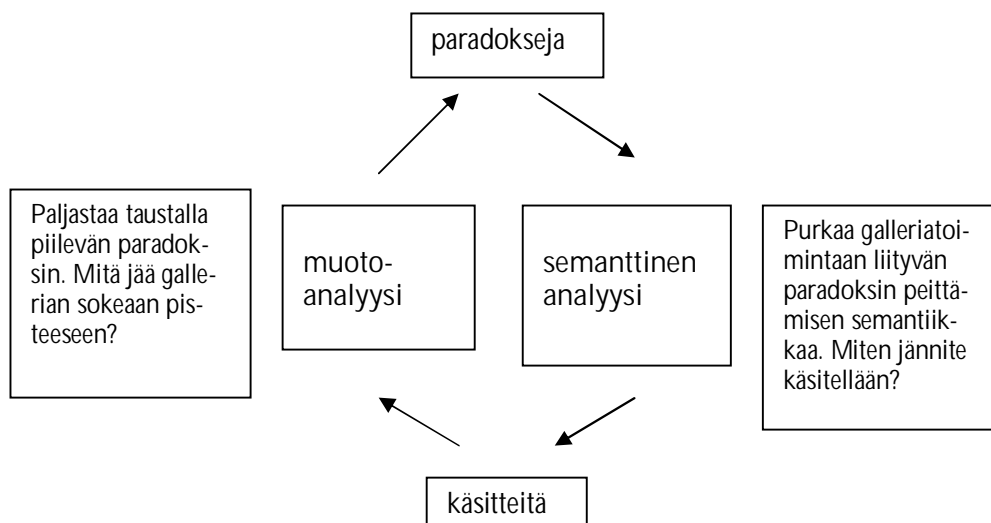
Havainnoinnit (sekä ensimmäisen että toisen asteen) tapahtuvat distinktioiden eli jaotteluiden kautta. Toisin sanoen jokainen havainnointi on kohdistettu jonkin jaottelun mukaisesti. Merkityksillä operoiva systeemi voi tehdä jaotteluja kolmella tavalla. Ensimmäinen tapa on erottaa jokin jostakin erittelemättä kuitenkaan jaottelun toista puolta (esim. ihminen/ei ihminen). Tässä operaatiossa ilmenee *objekti* ja sen "muodoton" negaatio. Toinen tapa on tehdä jako, joka rajoittaa distinktion toisen puolen (esim. nainnen/mies, lämmin/kylmä). Tässä on kyse *käsitteestä*. Kolmas tapa tehdä jako on esittää *toisen asteen käsite*, joka pystyy menemään itseensä (re-enter) ja toistamaan jaottelun sisällään (esim. hallitus/oppositio -jako voidaan toistaa hallituksen tai opposition sisällä jakamalla puolisko hallitsevaan ja vastustavaan puoleen). Jos systeemi haluaa havainnoida itseään, sen on jaettava itsensä havainnoijaan ja havainnoitavaan. Se joutuu siis turvautumaan toisen asteen erotteluun ja syöttämään sitä rakentavan systeemi/ympäristö -jaottelun itseensä. (Andersen 2003a, 67.)

Tässä tutkielmassa tarkastelen taidegallerian havainnointia ja sitä, miten galleria sulauttaa erilaiset ympäristönsä itsekuvauksessaan. Lähestyn aineistoa kahden Luhmannista ammentavan analyttisen strategian avulla. Näitä strategioita voidaan kutsua nimillä muotoanalyysi ja semanttinen analyysi.²⁶ Muotoanalyysi pyrkii paikantamaan jaottelun, joka muodostaa tietyn havainnoinnin kehykset.²⁷ Samalla se esittää kysymyksiä jaottelun yhtenäisyydestä ja kommunikaatioista, jotka jako mahdollistaa ja jotka se sulkee ulos. Se voi tehdä näkyväksi jaottelun taustalla piilevän paradoksaalisen jaottelun, kuten gallerioiden tapauksessa on jo osittain tullut ilmi. Muotoanalyysi on lähtökohta muille luhmannilaisille analyttisille strategioille, kuten semanttiselle analyysille. Semanttisella analyysillä voi jäljittää paradoksin de-paradoksifikaatiota eli sitä, miten tarkasteltava systeemi kiertää paradoksin kommunikaatiossaan. Semantiikalla tarkoitetaan tässä puhetavoissa ilmeneviä merkitysten tiivistymiä. Ne muovautuvat kommunikaatiossa, joka on aina kommunikaatiota jonkin sosiaalisen systeemin sisällä. Historian kuluessa merkitykset tiivistyvät käsitteiksi ja repeilevät (vrt. Koselleck). Semanttinen analyysi tarkoittaa näiden tiivistymien ja repeämien jäljittämistä ja tutkimista. (Andersen 2003a, 78–91.)

Kuviona esitettynä muotoanalyysin ja semanttisen analyysin välinen suhde näyttää tutkimuksessani seuraavalta (ks. Andersen 2003a, 89):

²⁶ Muita Niels Andersenin Luhmannista irrottamia analyysimuotoja ovat systeemianalyysi, differentiaatioanalyysi ja media-analyysi (esim. Andersen 2003a, 92).

²⁷ Nimi muotoanalyysi viittaa Spencer Brownin "muotojen" filosofiaan eli jakojen tekemisen logiikkaan (ks. esim. Andersen 2003a, 64–66).



KUVIO 2. Muotoanalyysin ja semanttisen analyysin välinen suhde.

Kuvio 2 on siinä määrin epäjohdonmukainen, että käytännössä analyysimuotoja on vaikea erottaa toisistaan. Sovelsin kumpaakin analyysitapaa alustavasti jo luvuissa 2 ja 3, kun käsittelin taiteen ja talouden suhdetta ja Suomen galleriakentän nykytilannetta. Itse keräämääni aineistoa olen analysoinut siten, että ensin pyrin paikantamaan talouden ja taiteen vaikean yhteensovittavuuden haastatteluista (muotoanalyysi, luku 5). Kun jännitteen muoto löytyi, aloin tarkastella kommunikaatiossa tapahtuvaa vaihtelua haastattelun siirtyessä eri teemojen välillä (semanttinen analyysi, luku 5). Sitten pohdin, minkälaisia eroja on havaittavissa erilaisten gallerioiden kommunikaatioissa (semanttinen analyysi, luku 6).

4.2.2 Sosiaalisen konstruktionismin rooli tutkimuksessa²⁸

Kun sosiologi lähestyy tutkimusaihettaan konstruktionistisesta näkökulmasta, hän on vaarassa tulla syytetyksi siitä, että kiinnostus kohdistuu enemmän kieleen kuin sosiaali-

²⁸ Luhmannin ns. radikaalia konstruktionismia ei tule sekoittaa sosiaalisen konstruktionismin yleiseen linjaan eikä toisaalta jyrkkään konstruktionismiin. Radikaalissa konstruktionismissa kielletään sekä ulkoisen maailman olemassaolo että sen täydellinen konstruktionistisuus. Luhmann on siis napit vastakkain sekä dogmaattisten realistien että todellisuudesta irtautuneiden idealistien kanssa. (Ks. esim. Virtanen 2007, 106; Andersen 2003a, 69.)

siin ilmiöihin (ks. Puuronen 2005, 57). Käyttämäni radikaali versio konstruktionismista väistää tämän syytöksen sikäli, että Luhmannin mukaan kommunikaatio on ainoa puhtaasti sosiaalinen elementti. Luhmannin mukaan sosiaalinen systeemi on perustavalla tavalla sulkeutunut kokonaisuus, joka koostuu vain kommunikaatiosta ja tuottaa itse omat osansa. Sosiaalisen systeemin autopoieettisuus tarkoittaa muun muassa sitä, että ihmiset ovat sen ympäristössä, eivät sisäpuolella. Tämä on ymmärrettävissä, jos murtaudutaan ulos perinteisestä tavasta hahmottaa kommunikaatio – siis pelkkänä informaation siirtämisenä ihmisten välillä.

Luhmannin mukaan kommunikaatioprosessissa valikoituu informaatio, viestittämisen tapa ja lopuksi ymmärtäminen, jossa informaatio ja viestinnän tapa erotetaan toisistaan (esim. Nassehi 2005, 182). Koska ymmärtäminen voi tapahtua vain toisen ihmisen läsnäollessa ja vastaanottaessa viestin, voidaan sanoa, että yksittäinen ihminen ei voi kommunikoida. Ihminen voi ajatustensa nojalla osallistua prosessiin, jonka tuloksena syntyy kommunikaatiota. Yksittäinen ihminen voi tuottaa ääniä ja merkkejä, mutta vasta sosiaalisessa systeemissä niiden merkitykset tulevat jaetuiksi. Sosiaalisessa systeemissä ilmenevä kommunikaatio rakentuu aina edeltäville kommunikaatioille ja luo esiehtoja seuraaville kommunikaatioille. Näin ollen sosiaalinen systeemi on autopoieettinen – siis perustavalla tavalla ympäristöstään riippumaton ja itse itsensä tuottava. Sosiaalisen systeemin autopoieettisuus tarkoittaa, että kommunikaatio on sosiaalisen peruselementti ja sellaisena ensiarvoisen tärkeä tutkimuskohde. Kieli on turhan kapea termi kuvaamaan kommunikaatiota, joka voi olla mikä tahansa teko, joka ymmärretään ilmauksena jostakin asiasta. Myös hiljaisuus on kommunikaatiota, jos se sellaiseksi tulkitaan.

Kun puhun Luhmannin teoriarakennelman termeillä, kiinnostukseni kohteena on kommunikaation muodostama järjestys, ei puheen takana oleva todellisuus tai toimijoiden motiivit. Sosiaalinen nähdään omana sfäärinään, joka toimii omaa systeemilogiikkaa noudattaen, kuten ihmisten alitajunta suhteessa tiedostettuun ja faktuaaliseen (tästä mm. Clam 2000, 76). Pyrin kuitenkin teoreettiseen triangulaatioon eli aineiston analysoimiseen kahden erilaisen teorian valossa (ks. Eskola & Suoranta 1998, 70). Triangulaation tarkoituksena on pitää näkökulma avoimena erilaisille tulkinnoille ja tuoda esille erilaisten käsitteiden heikkouksia ja vahvuuksia. Syynä tähän on erityisesti Luhmannin

huono maine empiirisen sosiologian piirissä (ks. esim. Beck 1990)²⁹. Triangulaation rooli ei ole tutkimuksessa kovin suuri, sillä toinen teorioista (Bourdieu) esitellään paljon suppeammin kuin toinen (Luhmann). Bourdieulta ratkaisevaksi nousevat lähinnä kolme teoreettista käsitettä: kenttä, laskennan tabu ja rakenteellinen kaksoispeli. Sen sijaan Luhmannia sovelletaan huomattavasti monipuolisemmin, vaikka eniten esillä onkin funktionaalisten osajärjestelmien välinen suhde organisaatioiden kautta tarkasteltuna. Teoreettisen triangulaation on tarkoitus auttaa refleктоimaan tekemääni analyysia ja tarkastelemaan päätelmiä kriittisessä valossa. Seurauksena tästä on se, että teoriasot vaihtelevat tutkielman edetessä. Pyrin siihen, että itse analyysiluvut ovat helppotajuisia ja kertovat asioista niin, että lopullinen tulkinta jää yhteiskuntateoreettisesti avoimeksi. Analyysilukujen lopussa olevissa välitilinpäätös-luvuissa siirryn tekemään teoreettisempaa analyysia. Teoreettisesti pisimmälle menevän pohdinnan jätän päätelmälukuun eli lukuun 7.

²⁹ Esimerkiksi Ulrich Beck (1990, 151–153) syyttää Luhmannia kafkamaisen "systeemilinnan" rakentamisesta. Tämä linna on puhdistettu ihmisistä, jotta se näyttäisi täydelliseltä luojansa silmissä, vaikka todellisuudessa se ei ole muuta kuin "byrokratiaa todellisuuden metafysiikkana". Myöhemmissä kirjoituksissaan Beck näyttää kuitenkin lähestyneen Luhmannin tapaa hahmottaa moderni yhteiskunta (ks. Virtanen 2007).

5 Taidekaupan problematiikka ja gallerian rajat

Tässä analyysiluvussa tarkastelen, kuinka galleriat tekevät rajanvedon itsensä ja ympäristönsä välille puhuessaan galleriatoiminnasta ja sen suhteista talouteen ja taiteeseen. Lähtöoletuksenani on, että koska talouden ja taiteen logiikat ovat toisiaan hylkiviä, niiden mielekäs yhdistäminen ei ole mahdollista, vaan vaatii avukseen jonkinlaista "rakenteellista kaksoispeliä", kuten Bourdieu asian ilmaisi.

Tässä luvussa ei ole vielä tarkoitus korostaa erilaisten gallerioiden eroja, vaan seurata yleisempiä, talouden ja taiteen kohtaamisesta kertovia johtolankoja. Luvut 5.1 ja 5.2 liikkuvat empirian tasolla ja seuraavat enimmäkseen taidemaailman sisäistä logiikkaa. Galleristien vastauksista kootaan siis yleisiä periaatteita talouden ja taiteen väliseen rajanvetoon. Näissä luvuissa esittelen kaksi suomalaista taidemaailmaa puhuttanutta tapausta ja analysoin haastateltavien näkemyksiä tapausten luonteesta.

Ensimmäisenä tapauksena toimii "taidesupermarketiksi" itseään kutsunut taidekauppa, joka herätti keskustelua taiteen myymisen puitteista. Rajat tulivat selvästi näkyviin. Tapaus on esimerkki toisenlaisesta ääripäästä, taiteen myymisestä sekatavarakauppaa matkivassa tilassa. Galleristien vastaukset olivat melko yksimielisiä: nykytaide ei sovi kaupan hyllylle. Toisena tapauksena esittelen luvussa 5.2 taiteellisesti ansioituneen gallerian, jonka päätös lopettaa toimintansa herätti laajaa keskustelua kentällä. Vastauksista tuli ilmi galleristien näkemys siitä, että hyvä taiteellinen linja ei takaa menestystä gallerialle. Talous on otettava huomioon näyttelyohjelmassa. Nämä kaksi esimerkkitapausta ja niistä kummunneet vastaukset rajaavat gallerian liikkumatilan talouden ja taiteen välisenä sovittajana. Ensimmäisen tapaus antoi vastauksia siihen, missä määrin taidegalleria voi omaksua kaupallisia toimintamalleja ilman, että taide kärsii. Toinen keskustelunaihe usutti galleristeja rajaamaan talouden roolia toisesta suunnasta: missä määrin talous voidaan unohtaa ja keskittyä vain hyväksi koetun taiteen esittämiseen.

Luvussa 5.3 etsin sitä kultaista keskitietä, jolla galleristit kulkevat yhdistäessään taiteen ja talouden toisiaan hylkivät diskurssit. Tälle keskitielle löytyi haastatteluista sekä ilmi-lausuttuja että piiloon jääviä selityksiä. Tuossa luvussa käsittelen pääasiassa jälkimmäisiä taustateorioiden valossa ammentaen erityisesti funktionaalisesti eriytyneen yhteiskunnan ajatuksesta.

5.1 Galleria supermarketina –tapaus Pikasso

Vuoden 2006 syyskuussa Helsingin Albertinkadulla avasi taidesupermarket Pikasso. Kyseessä oli taiteilija Jani Leinosen ja mainostoimisto Bob Helsingin yhdessä järjestämä tempaus, jossa pyrittiin ravistelemaan taidekaupan arvovaltaista ja usein vaikeasti lähestyttävää julkikuvaa sekä myymään taidetta. Kolme viikkoa pyörinyt kokeilu oli menestys: kävijöitä oli yli 9000 ja supermarketista myytiin satoja töitä. Leinosen tavoitteena oli esitellä Pikasso enemmän oikeana kauppana kuin omana performanssinaan. Tähän tähdättiin selkeällä mainonnalla ja toimintaperiaatteilla. Leinonen itse kuvaa Pikasson perusajatusta seuraavalla tavalla:

Mä olin tajunnut aikasemmin sen, et mikä ongelma se on, kun taidegalleriaan tai museoon pistää kaupan pystyyn. Vaikka kuin yrittää kehottaa ihmisiä ostaa, niin ne ajattelee et ei sieltä voi ostaa mitään. Et ku siitä tulee semmosta fiktiivisyyttä. Ku museo muuttaa aina kaiken taiteeks. Et jos siellä on hintalappu, niin se ei ole oikea hintalappu, vaan se on taideteos. Me mietittiin, että se pitäis tehdä oikeesti, että se ei oo missään yhteydessä taideinstituutioon tai olemassa olevaan taidegalleriaan, vaan että se ois oikee kauppa.

Jani Leinonen on taiteilijan urallaan tehnyt ennenkin rahaa ja kaupallisuutta käsitteleviä performansseja. Näyttelyihinsä Leinonen on esimerkiksi rakentanut tauluja, jotka saa näkyviin pimennetyn lasin takaa laittamalla kolikkoja kehyksessä olevaan reikään. Tämän kaltaiset performanssit saattoivat osaltaan vaikuttaa siihen, että taidepiireissä Pikasso otettiin vastaan enemmän performanssina kuin "oikena taidekauppana". Mediasakin ilmiöön suhtauduttiin enemmän kaavoihinsa kangistuneen taidemaailman kritiikkinä kuin uutena liikkeenä. Etenkin talouslehdet nautiskelivat Leinosen ajatuksella, jossa yhdistyi talous ja taide.

Galleristit vaviskaa! Taidesupermarket Pikasso Helsingin Albertinkadulla selvittää, voisiko taidekauppa ottaa oppia vähittäiskaupasta (Markkinointi & Mainonta 30.8.2006, Art goes marketti.)

Kuvataiteilija Jani Leinonen haluaa tehdä itsestään koko kansan tunteman brändin. Avuksi hän on valjastanut markkinointitoimisto Bob Helsingin. (Taloussanomien 27.9.2006, Taide tukeutuu markkinointiin)

Halusin ottaa Pikasson tapauksena esille haastatteluissa ja kysyä, voisiko taidetta myydä Pikasson kaltaisessa supermarket-tilassa. Leinosen tempausta kiiteltiin keskustelun herättäjänä –se nosti pöydälle taidetta koskevassa keskustelussa vahvana elävän asenteen

nykytaiteen ja kaupallisen kulttuurin yhteensopimattomuudesta. Kehuina alkaneet vastaukset kääntyivät poikkeuksetta kritiikiksi ja tässä vastaajat olivat hämmästyttävän yksimielisiä. Yleinen mielipide oli, että Pikasson supermarket-ympäristö ei sovi taiteen myymiselle. Niin vaihtoehtogallerioiden kuin perinteistenkin gallerioiden toimintamallit nähtiin sopiviksi gallerialle, mutta supermarket-konsepti koettiin liian alentavana itse taiteelle. Vaikka taiteen pyhyys eksplisiittisesti yleensä kiellettiin, Pikassosta puhuttaessa se oli enemmän tai vähemmän selviö. Taidekauppa ei sittenkään saa olla liian selvästi kauppa, vaan kaupallisuus on peitettävä niin tilan kuin toimintatapojen saralla. Tämä käy ilmi muun muassa seuraavista sitaateista, jotka koskevat nimenomaan taidesupermarket Pikassoa.

Mutta siinä oli semmonen ihmeellinen populismi, semmonen "Tuurin kyläkauppa" -meininki. Et sen vois tehdä hirveen paljon tyylikkäämmin ja mietitymmin. Se että puhutaan kansansuosioista tai jostakin, niin ei sen tarvi mennä populistiseksi. Ei demokratiakaan oo populismia. VG(T)1

Mä luulen että ne ihmiset, jotka haluaa sitä taidetta, ne haluaa sen siksi että se on jotakin korkeempaa ku arkielämä. Et siinä parhaimmillaan pääsee koskettamaan jonkun korkeamman olennon viitanlievettä. Ja silloin jos se mätetään johonkin supermarkettiin, siit menee tää ominaisuus. MG2

Siinä ei haluta kertoa sen taiteen sisällöstä yhtään mitään, vaan ollaan vaan kiinnostuneita sen ulkoistamisesta eli myymisestä. Kyllähän hyvä taiteilija haluaa kertoa näyttelylleen mitä hän ajattelee, mitä hän haluaa sanoa taiteesta ja miten hän haluaa viedä sitä eteenpäin. MG3

Ihan virkistävä ja kiva juttu, mutta ehkä mä en hirveesti tykkää siitä että pitäiskö taiteen olla semmosta, että sitä joka supermercadoista saa. Mua ainakin ärsyttää, että sitä joka paikasta saa, joka kesänäyttelyä joka navetassa ja joka paikassa. KG1

Taidekaupan puitteiden pitäytyminen tietyissä gallerialle tyypillisissä rajoissa on tärkeämpää kuin galleristit alun alkaen halusivat myöntääkään. Puhe gallerioista alkoi olla kevyesti väheksyvää, kun kyseessä olivat taidekaupat, joissa oli sekaisin eri taiteilijoiden tauluja seinillä. Syy on jäljitettävissä siihen, että "kaupustelijoilla", kuten galleristit näitä kutsuivat, ei ole taiteilijakulttia rakentavia yhden taiteilijan näyttelyitä vaan sikin sokin eri taiteilijoiden töitä seinillä. Jos kaupustelijalla ei ole eheitä näyttelyitä, ei hän myöskään osallistu keskusteluun siitä, mikä on relevanttia taidetta juuri nyt. Kokonaiskuva taiteilijan maailmankatsomuksesta jää saamatta, mikäli näkyvillä on vain taulu tai pari keskellä muiden taiteilijoiden töitä.

Ajatus taidegallerian toisesta roolista, taidekentän keskustelun alustajasta, sotii sitä vastaan, että gallerian päätila olisi täynnä eri taitelijoiden töitä. Perinteisesti gallerian yleisölle avoin näyttelytila on pyhitetty taidekeskustelulle. Sen sijaan gallerian takahuone tai kellari, jossa on gallerian pysyvä myyntikokoelma, saa luvan olla sekatavarakauppaa muistuttava – siis yksittäisiä teoksia korostamaton – tila³⁰. Vaikka perinteistä galleriatilaa eli "valkoista laatikkoa" tai "modernismin valkoista kuutiota" usein kritisoidaan tylsäksi ja kaavamaiseksi, sitä myös kunnioitetaan. Picasso-esimerkki toi hyvin esille sen, että galleristi kuin galleristi pitää valkoista kuutiota oikeutettuna. Supermarketti, krääsä, populismi, ja yleinen tavarapaljous edustavat arvottomuutta, jonka kanssa galleriat eivät halua olla tekemisissä.

Se oli sillä tavalla... sehän oli kauhee se sekatavarakauppa, mä en ois voinu myydä sielä. Mut se miten se oli rakennettu niin se oli aika hyvä, koska siellä oli ihan näitä meidän huippuja. [...] Ja sit oli niin sanottua krääsää, joka oli osittain krääsää ihan oikeesti, siis mun mielestä. MG1

Kyllä taidekauppa noudattaa semmosta toiminnan formulaa, et jos ajattelee tärkeitä taitelijoita, niin ei ne halua että heidän taidettaan aletaan esitellä supermarkettimaisesti. Ei ne koe, että niiden arvostus paranee, siinähan on äärimmilleen viety se kaupallisuus. MG3

Hyvä taidehan on ajan peili, se kertoo missä ajassa eletään. Jos lähdetään vaan siitä, että on yksittäisiä teoksia myytävänä, niin siinä tulee ihan muut voimat eli markkinavoimat peliin. MG3

Galleriatilan kehystämällä on siis suuri merkitys taiteesta puhuttaessa. Haastateltavien puheessa on ymmärrystä galleriatilan hiljaiselle ja arvokkaalle luonteelle, mutta heti perään ihmetellään, miksi galleriat eivät voisi muuttua – muuttuuhän taidekin. Taidegallerioiden perinteistä muottia perusteltiin yksinomaan sillä, että neutraalissa tilassa ja harkiten aseteltuina teokset pääsivät oikeuksiinsa. Nykytaide tarvitsee tätä neutraaliutta, koska se on uutta ja rajoja rikkovaa ja sen arvioiminen on vaikeaa. Nykytaide on siis taidetta, joka ei ole vielä muodostunut tavaraksi. Valkoista kuutiota ja siihen liittyviä konventioita puolustetaan tutulla mantralla: neutraalissa tilassa taide "pääsee oikeuksiinsa". Valkoinen kuutio siis alleviivaa teosten vakavasti otettavuutta taiteena, jotta niitä olisi mielekästä tarkastella suhteessa muuhun taiteeseen. Pikasson kaltaisessa supermarketissa tämä ehto ei toteudu.

³⁰ Tästä, ja yleisemmin taloudellisen ja taiteellisen arvon suhteesta, ks. Velthuis 2003.

5.2 Hyvä taide ei aina myy –tapaus Kenetti

Galleria Kari Kenetti herätti taidemaailmassa kiihkeää keskustelua sulkiessaan ovensa vuonna 2002. Viisi vuotta kestäneen toimintansa aikana Kari Kenetti oli noussut erityismaineeseen tinkimättömän taiteellisen linjansa ja rohkean näyttelyohjelmansa ansiosta. Moni näyttely oli liian erikoinen mennäkseen kaupaksi, mutta joukossa oli myös taloudellisia menestyksiä. Esimerkiksi Markus Copperin Valas-näyttely oli todellinen yllätyshitti teosten suuresta koosta ja ruosteisesta olemuksesta huolimatta. Kenetin tärkeimpiä ostajia olivatkin museot eikä gallerian talous pysynyt pystyssä yksin niiden ostoilla. Kun Kenetti viimein ilmoitti lopettavansa galleriatoiminnan, moni taidemaailman toimija oli harmissaan. Galleria oli ollut erityisesti taiteilijoiden mieleen – Kenetti oli eräänlainen galleriamaailman kapinallinen, joka teki mitä huvitti, vaikka olikin toimintaperiaatteiltaan keskieurooppalainen managerigalleria.³¹

Halusin ottaa Kenetin tapauksen esille galleristien haastatteluissa saadakseni selville siihen, miten kyseinen galleria nähtiin kentällä. Tätä kautta pyrin saamaan selityksiä galleriatoiminnan realiteeteista. Nostin siis kaupallisuuden ja taiteen kysymyksen esille toisesta suunnasta kuin luvussa 5.1. Tivattessani vastausta siihen, miksi hyvä galleria ei pysy pystyssä, haastateltavat vetosivat siihen, että hyvä taide ei aina myy. Tällöin pääsin jatkamaan luontevasti kysymyksellä, mitä on hyvä taide. Mikä ylipäättää myy, jos ei hyvä taide ja miten myyntiä voidaan ennakoida? Kulkevatko taloudellinen arvo ja esteettinen arvo käsi kädessä, vai aivan omilla teillään?

Galleristien luonnehdinnat Kenetistä olivat varovaisia ja kunnioittavia. Kari Kenetti nähtiin mielenkiintoisena ja kunnianhimoisena galleristina, jonka galleria "ei mennyt taloudellisesti yhteen". Syynä oli taiteellisesti tinkimätön näyttelyohjelma, jolla Kenetti ansaitsi sisäpiirin kunnioituksen, mutta joka ei ollut tarpeeksi kiinnostava ostavalle yleisölle. Haastatteluvastauksissa Kenetin kaupallinen kompurointi näyttäytyy välillä martyritarinana – Kenetti oli Ikaros, joka lensi liian lähellä taiteen aurinkoa.

Aika rohkeeta linjaahan se piti ja sitä tuettiin ostoilla aluksi. Mutta sitten kun ne loppu niin sithän se loppu, kun tavallinen yleisö ei ostanut. Kun se oli semmosta, mikä ei kiinnostanut tavallista yleisöä. Ne oli enemmän museokamaa. KG1

³¹ Pilkahdus Kenetin punk-asenteesta on nähtävillä Galleria Kari Kenetin internetsivuilla (www.kenetti.com), jonka avausanimaatiossa keskisormea näyttävä käsi suoristaa vinoon kääntyneen taulun.

Kaikki taiteilijathan sitä rakasti ja kaikki haluaa sen takaisin, ja mä ainakin halusin sen talliin, koska sillä oli niin mahtavia näyttelyitä, kokeilevia näyttelyitä. Sen takii se ei välttämättä menestynytkään kaupallisesti, kun sen linja ei ollut niin myynnis kiinni. XG1

Pitää olla intohimoinen, mutta pitää pitää huoli myös taloudesta ja sen ohjelmiston pitää perustua siihen, että jos on joku kokeellinen näyttely, niin heti seuraavan pitää perustua siihen, että sä saat takaisin sen mikä jäi saamatta siitä edellisestä näyttelystä. MG3

Kenetin suosima taide oli siis "museokamaa" eli vaikeasti kotiin sijoitettavaa taidetta. Se oli vastakohta kaupustelijoiden taiteelle, jonka päämääränä oli olla "jotain kivaa seinälle". Samalla se oli liian kaukana taidekeräilijöiden mausta ja taiteen keräämisen realiteeteista. Tuloksena oli se, että Kenetin esittelemä taide sai arvostusta ja hyväksyntää osakseen, mutta kaupallinen puoli laahasi. Haastatteluissa vedottiin siihen, että hyväkään taide ei aina myy, vaikka se olisi hyvin markkinoitu. Laatu ei aina takaa myyntiä, päinvastoin. Joskus laadukkaan ja tinkimättömän taiteen myynti nähtiin ongelmallisena, vaikka kyse olisi melko perinteisistä, kotiseinällekin sopivista tauluista.

Hyvä ei aina myy ja tietysti aina huonokaan ei myy, mutta joskus tuntuu että useammin huono myy kuin hyvä. KG1

Ongelma kaupallisuudessa on se, että huono taide myy usein paremmin kuin hyvä taide ja se johtuu aika usein siitä, että huono taide on usein kopioitu jostain hyvästä taiteilijasta ja se taiteen tyyli tunnetaan. MG3

Huonoa taidetta galleristit eivät mielellään määritelleet. Haastatteluista paistoi läpi kuitenkin kaksi tapaa vähätellä taidetta: taiteilijan tekemät kompromissit ja niistä usein kumpuava sisällöttömyys. Kuten yllä olevasta sitaatistakin käy ilmi, kompromissien tekeminen voi ilmetä kuuluisan taiteilijan imitoimisena, jota ostava yleisö sortuu helposti tukemaan. Vastauksissa harmiteltiin sitä, kuinka suuren yleisön ostot menevät usein harhaan, siis taiteilijoille, jotka ovat perässähihtäjiä.

Huonossa tai epäilyttävässä taiteessa voi olla kyse myös oman menestyksen vangiksi jäämisestä, siis taiteellisessa mielessä. Näin käy, jos taiteilija löytää hyvin myyvän konseptin taiteelleen ja lakkaa kokeilemasta rajoja. Kultasuoneen osuminen on hyväksyttyä yritysmaailmassa, mutta taiteessa se herättää epäilyksiä taiteilijan vilpittömyydestä. Taide näyttäytyy vastakkaisena tavallisten kulutustuotteiden maailmaan, jossa tehdään avoimesti tutkimuksia siitä, mikä myy. Taiteilijan on otettava uusia riskejä välittämättä

siitä, mitä taiteen kuluttajat sattuvat juuri kyseisellä hetkellä suosimaan. Jos taiteilija saavuttaa kaupallisen menestyksen ja pitäytyy sen jälkeen hyväksi koetussa tyyliinsä, hänen motiivinsa tulevat epäilyksen alaisiksi. Maailmankuulun taiteilijan imitoiminen ja omaan kaupalliseen menestykseen jämähtäminen ovat taiteilijalle tapoja kosiskella yleisöä ilman todellista taiteellista kunnianhimoa.

Ihminen joka ei tunne taidetta, niin sen on helppo mennä siihen mukaan, kun taas uusi taide on semmosta mitä kukaan muu ei ole tehnyt ja sille ei ole mitään referenssiä ja sitä vierastetaan. Tätä ensimmäistä vois kutsua kaupalliseksi taiteeksi. MG3

Siin ei oo mitään järkeä, et taiteilija tekee kompromisseja, jos se on se yksi ihminen joka ostaa teoksen. Sä et tee kompromissia, et sä saisit sen myytyä miljoonalle ihmiselle sen teoksen. [...] Okei, voi olla et on joku idea, joku Stenvallin ankka, joka on yhes taulus ja sit se tajuu, et ihmiset tykkää näist ihan älyttömästi. Ehkä se on hyvä esimerkki, miten voi tehdä kompromisseja. XG1

Kaupallisuus on vähän sellainen kirosana. [...] Kaikissa työt on kaupan. Jos on kaupallinen galleria, niin sit mennään Juhani Palmun alueelle. Se on ihan kaupallista. KG2

Kaupallisuuden esille nostaminen haastatteluissa sai galleristit hieman vaivaantuneiksi. Pelkkä sana käänsi galleristin kuin galleristin usein puolustuskannalle. Usein reaktio oli se, että ensin kaupallisuus kiellettiin ja jos omat argumentit eivät vakuuttaneet galleristia, vähäteltiin kaupallisuuden vaikutusta asioihin. Kaupallisuudesta puhuttiin luontevammin markkinoinnin yhteydessä. Markkinoinnista puhuminen linkittyy myynnin lisäksi taidekentän käymään keskusteluun taiteesta ja sen esilletuomisesta eikä siten ole pelkkää taloutta.

Yhteenvedona voisi sanoa, että tietyn kaupallisuuden tuominen näyttelyohjelmaan nähtiin välttämättömänä, jotta galleria voisi jatkaa liiketoimintaansa ja –perinteisten gallerioiden tapauksessa – toimia vapaana valtion holhouksesta. Kaupallisuus muodostui patologiaksi vasta, kun se alkoi haitata taiteen keskusteluluonnetta. Taidegalleria konventioineen onkin taiteen keskusteluluonteisuuden suoja. Taiteellisen keskustelun katoamispiste paikannettiin taidekauppoihin, jotka pyrkivät yksinkertaisesti myymään "jotain kivaa seinälle." Taiteen katoamispiste koski myös taidesupermarket Pikassoa ja huutokauppoja.

Huutokaupat ei sovi nykytaiteelle ollenkaan, kun niis on niin kauheet näytöt, jossa mitä tahansa ripustetaan minkä tahansa kanssa yhteen ja kaikki näyttää hirveeltä. Se toimii

silloin, kun taide on todella muodostunut tavaraksi, kun se on jonkinlainen brändi, kun se on riittävän vanhaa ja riittävän etabloitunutta. Silloin se löydetään sieltä sen romun keskeltä, mut silloin jos on kysymys nykyaiteesta, niin se hyvin harvoin toimii. MG2

Huutokaupat ovat sikäli oma maailmansa, että niissä tapahtui selvästi näkyvää peliä teosten taloudellisella arvolla. Galleristit eivät halunneet ajatella taidetta taloudellisena sijoituksena. Teoksen arvonnousu nähtiin mieluummin taiteellisen arvon todentajana, joskaan ei sen ehtona. Kun teokset myyvät, galleristi kokee saavansa vahvistusta näkemykselleen siitä, mikä on hyvää taidetta. Taidemarkkinoiden vaikutus nähtiin relevanttina lähinnä silloin, jos sen palaute oli rohkaisevaa.

On hauskaa, jos on ostanut jonkun nuoren taiteilijan teoksen ja sen arvo nousee kovasti, niin se tuntuu kivalta että olin oikeassa oikeaan aikaan. Mut ei sitä välttämättä. Yks keräilijä sanoi, että mitä arvokkaammaks ne tulee, sitä vaikeempi niistä olis luopua. MG2

Galleristien puheissa talous toimi siis motivaation tasolla – haaveena taiteellisen arvon todentavasta myyntimenestyksestä. Jos näyttelystä ei myyty yhtään työtä, galleristi oli pahoillaan, mutta taiteen arvosta taloudellisen tappion ei sanottu kertovan mitään. Heikko myynti nähtiin mieluummin yleisön ymmärryksen puutteena (tästä lisää luvussa 6.1).

5.3 Taiteen hinnoittelu ja häveliäisyys

Luvuissa 5.1 ja 5.2 tarkastelin galleristien näkemyksiä kaupallisuuden rajoista markkinoilla toimivissa gallerioissa. Esille nousi moninaisia argumentaatiomalleja, joilla taide pidettiin erossa taloudesta. Joskus korostettiin etäisyyttä kaupallisuuteen ("kentän keskustelu on eri asia kuin taidekauppa") tai ihmeteltiin kaupallisuuden paheksumista ("mitä vikaa on kaupassa käymisessä"). Joskus jopa hahmotettiin kaupallisuus taidetta eteenpäin vievänä haasteena ("pitää maalata paremmin, olla enemmän ajassa"). Suora-naista aversiota kaupallisuutta kohtaan ei edellisissä luvuissa ilmennyt kuin taidesupermarket Pikassosta puhuttaessa. Samaa häveliäisyyttä oli havaittavissa, kun kysyin galleristeilta taiteilijoiden teosten hinnoittelusta eli varsinaisesta "arvon kääntämisen" prosessista. Jos taiteilijan hintataso ei ole vakiintunut, päätös on galleristin käsissä. Ohje-nuoria on olemassa, mutta viimekädessä hinnoittelu näytti muodostuvan kehtaamisky-

symykseksi – kysymykseksi siitä, mikä on ylin hinta, jolla tämän tasoista taidetta saa myytyä.

Heh heh. No se on yleensä se viimeinen asia joka tehdään, kun taide on ripustettu. Sit uskaljetaan puhua siitä, paljonko nää nyt maksaa. Siis se on vaan semmonen, että kuinka paljon tästä kehtais pyytää. VG1

Mä osaan kyl aika hyvin sen arvioida, sen et mihin hintaan mä kehtaan sitä ihmisille tarjota vilpittömästi suositellen, et mun mielestä kannattaa ostaa, et se on oikeen hintainen. MG2

Ei meillä ainakaan ole mitään spekulatiivista hinnoittelun tarvetta. Et sit jos on kova kysyntä ja taiteilijan tuotanto on ehtymässä tai taiteilijalla on sairaus tai jotain, niin kyllä meidän on pakko nostaa sitä hintaa. MG3

Viimeisessä sitaatissa korottaminen esitetään jo pakkona, joka tehdään vastahakoisesti taiteilijan pelastamiseksi. Hinnan nostaminen on aina spekulatiivista, vaikka se perustuisi ennalta määriteltyihin ohjenuoriin. Hinnan korottaminen vain pakon edessä sotii taas managerigallerioiden toiminnan logiikkaa – gallerian ja taiteilijan voiton maksimointia – vastaan. Voidaan pitää selviönä, että galleristi haluaa myymästään taiteesta parhaan mahdollisen hinnan. Hyvään hintaan myyty taide on taloudellinen ja arvostuksellinen voitto sekä gallerialle että taiteilijalle. Puhuessaan hinnoittelusta haastateltavat olivat kuitenkin varovaisia. Hinnoittelusta kertoessaan galleristit siirsivät keskustelua mielellään taiteen muihin puoliin, kuten sen sivistävään tai jopa sosiaalista arvostusta antavaan puoleen.

Sillä laillahan tää ei oo Fazerin sinistä, että uus taide on aina, vaikka ois tuttu taiteilija, niin se teos on on uus teos. Että oikeestaan tässä myydään arvoja, sosiaalista arvostusta. Että se teos siirtyy uuteen paikkaan, mutta tota tää liikkuu tämmösellä tasolla tää myyminen. KG2

Siihen liittyy niin paljon enemmän kuin se hinta ja tuote. Se on niin paljon laajempi kokonaisuus, joka rikastuttaa ja antaa enemmän ja sivistää ja mietityttää ja avartaa. KG1

Haastateltavien mukaan osa taiteilijoista osallistuu mielellään hinnoitteluun ja osa jättää hinnoittelun suosiolla galleristin tehtäväksi. Useammin hinnoittelun kerrotaan olevan taiteilijalle vaikeaa kuin helppoa. Jälleen näyttää siltä, että taiteen keskusteluluonne asetuu kyseenalaiseksi, kun galleriassa siirrytään talouspuheen puolelle. Taidenäyttely ja taidekauppa eivät näytä mahtuvan samaan kehykseen.

Se on lähtökohtaisesti niin vaikeeta taiteilijoille se oman työn hinnoittelu ja sitten ne jotka ostaa sitä taidetta, niin niillä on enemmän rahaa. Niillekin se on vähän niinku... Ei se niinku kuulu siihen juttuun, et ei se oo kauppa, vaan taidenäyttely. VG1

Hinnoittelussa galleristilla on varaa pelata uhkapeliä, joka voi tuottaa tulosta tai tappiota. Nimeä tekevän taiteilijan hintoja voi korottaa roimastikin, jos hetki on oikea. Mikään ei kerro varmuudella, että aika on kypsä korotukselle. Ongelmana on, että liian kallis ei useinkaan myy. Lisäksi aloittelevan taiteilijan ylihinnointelu tai vanhan tekijän alihinnointelu voi heikentää gallerian ja taiteilijan uskottavuutta. Siksi galleristit ovat varovaisia korottaessaan nimeä tekevien taiteilijoiden hintoja. Korotuksista puhutaan luonnollisina, ulkoisten ehtojen sanelemina, eikä niillä mielellään kerskailla. Kyse on päätöksistä, joista galleristit eivät mielellään ottaneet vastuuta.

Puhe oli välillä huvittunutta ja ihmettelevää, kun galleristit kertoivat taiteilijoista, jotka osoittivat suurta kiinnostusta teostensa hinnoitteluun tai arvioivat työnsä järkevyyttä taloudellisen menestyksen kautta.

Yks semmonen ystävä taiteilija, joka alottaa aina keskustelun siitä, että ”paljonko tää maksais”. Siin ei enää puhuta siitä teoksesta, vaan jostain ihan muusta. Ehkä mä oon se ainoa, jolta se kehtaa kysyä. Hehe. Jonkun se pitää kuitenkin sanoa. VG1

Et jotenki jos lähtee semmosille poluille, että sitä miettii sitä talouselämän vaikutusta siihen omaan tekemiseen ja sitä kautta tulee siihen tulokseen, että tässä ei ole mitään tolkkua, niin sitten ollaan jo kadotettu ote siitä elämänilosta, joka sitä tekemistä ylläpitää. VG(T)2

Kaksi edellistä sitaattia ovat siinä mielessä kiinnostavia, että ne ovat peräisin vaihtoehtogalleristien haastatteluista. Juuri vaihtoehtogalleristit siirsivät taloudellista vastuuta taiteilijalle, jonka oli kyettävä olemaan oma markkinamiehensä tai -naisensa (ks. luku 6.2).³²

Yllättävä siirtyminen taidepuheesta talouspuheeseen —ja erityisesti galleristin taloudellisen toiminnan kuvaamiseen — oli siis galleristeille vaikea. Hinnoittelukäytäntöjä koskevat kysymykset johtivat yleensä tilanteeseen, jossa galleristi saattoi aloittaa yksityiskoh-

³² Oudolta vaikutti myös se, että taiteilijoina toimivat haastateltavat hyväksyivät markkinoiden palkkiot ja rangaistukset muita galleristeja paremmin (tämä myös Velthuis 2003, 201). Taiteilijoilla näyttäisi siis olevan fatalistinen asenne työnsä taloudelliseen puoleen.

taisen perustelun, mutta teki pian paluun taiteelliseen arvoon. Taiteellisen arvon suojista sitten korostettiin sitä, että hinnoittelu oli toissijaista ja epämieluisaa toimintaa niin taiteilijalle kuin galleristillekin. Syynä tällaiseen reaktioon ovat eittämättä taiteen sekavat hinnoittelukäytännöt (ks. HS 23.1.2007). Vastausten varovaisesta ja tunnepitoisesta sävystä ja voidaan kuitenkin päätellä, että kyse on muustakin kuin sekavuudesta. Lukujen 5.1 ja 5.2 nojalla voidaan tehdä varovainen päätelmä, että tämä muu on jälleen kerran taiteellisen ja taloudellisen arvon välinen ristiriita. Hinta ei kuvaa niinkään yksittäistä teosta, vaan sen suhdetta muihin teoksiin — siis kentällä vallitsevan keskustelun nykytilaa.³³ Tämä on sidoksissa taiteen koodaukseen originaalinen/konventionaalinen. Vastauksissa hinnoittelun yläraja on kehtaamisessa, joka liittyy aina galleristin arvioon kyseessä olevasta taiteilijasta. Henkilökohtaiset suhteet ovat yksi tapa peittää taiteellisen arvon kääntämiseen liittyvä paradoksi. Taiteilijan ja galleristin välisen suhteen muotoon perehdyn perusteellisemmin luvussa 6.

5.4 Välitilinpäätös: taiteen tuotteistamisen paradoksi

Minkälainen välitilinpäätös edellisten analyysilukujen perusteella voidaan esittää? Tähänastisissa analyysiluvuissa olen kertonut "populistisen kaupallisuuden" kritiikistä (5.1); siitä, missä määrin näyttelyohjelma tarvitsee tuekseen kaupallista näkökulmaa (5.2); sekä hinnoittelusta puhumisen vaikeudesta (5.3). Näitä lukuja yhdistävänä tekijä on taideteosten tuotteistamisen paradoksaalisuus suhteessa taiteen omaan koodaukseen. Taidegalleria on yritys, joka myy taidetta. Taideteos on siis gallerian myymä tuote, mutta taidejärjestelmän epäkonventionaalisuutta painottava koodaus vaatii taiteen tuoteluontoisuuden peittämistä³⁴. Taidekommunikaatiossa taide on saatava aina etusijalle.

Galleristit näkivät taidegallerian, taiteilijan ja taiteen "kaupallisuuden" negatiivisessa valossa vasta kun kaupallisuus alkoi määrätä taiteen suuntaa. Erityisen negatiivisena nähtiin populismi eli suurten yleisöjen kosiskelu suurempien myyntitulojen toivossa. Kaupallisuus on uhka, jos se syö taiteen sisältöä tai sisällön näkyvyyttä galleriatilassa.

³³ Tähän nykytilaan vaikuttavat toki galleriakentän ja taiteilijoiden hierarkiat, joista Bourdieu on kirjoittanut. Siksi painotan myös keskustelun merkitystä: taide ei ole pelkkää valtapeliä, vaan taiteessa käydyt keskustelut ovat kentän näkökulmasta aidosti sisällökkäitä.

³⁴ Yrityksen keskiössä on distinktio tuotteen ja yrityksen käyttämän teknologian välillä (Ks. Baecker 2006, 128–130). Tuotteesta voidaan erottaa se asiantuntemus, jota tarvitaan tuotteen aikaansaamiseksi ja myymiseksi. Yritys hahmottaa tämän erottelun puhumalla työstä. Työn käsitteellä galleristinkin pyrkii yhdistämään taideteoksen hallussaan olevaan asiantuntemukseen eli teknologiaan.

Taidesupermarket Pikasso herätti haastateltavissa tyytymättömyyttä, koska siellä yksittäiset teokset katosivat toisten teosten joukkoon ja hintalappujensa alle. Kaupallisuutta kaivataan hierarkisoimaan taidekenttää ja antamaan positiivista palautetta – toimimaan siis eräänlaisena vetoapuna. Taiteen suunta ei kuitenkaan saa olla suoraan markkinoiden määriteltävänä. Galleria on yksi taidekentän toimijoista, joka valvoo, että keskustelu taiteen suunnasta ja kentän arvotuksista käydään taiteen sisällä, taiteen omia kriteerejä noudattaen. Kaupallisuutta tarvitaan kuitenkin markkinoiden tuomien vahvistuksien muodossa. Markkinoilta saatu palaute antaa varmistuksia taidekentän tekemille päätöksille ja siirtää siten konventionaalisen ja epäkonventionaalisen rajaa tulevalle taiteelle. Taidekenttä saa ärsykeitä lisäkeskusteluun.

Kuten jo totesin, markkinoiden palaute tulee taidemaailmaan pääasiassa gallerioiden ja muiden asiantuntijoiden läpi suodatettuna. Kaikkea markkinoilla pärjännyttä ei hyväksytä automaattisesti hyväksi taiteeksi. Luvussa 5.3 esille noussut häveliäisyys kertoo sekä suomalaisen taidemaailman sosiaalisesta paineesta että taustalla vaikuttavasta laskennan tabusta. Kommunikaation tasolla galleristi toimii taloudellisen logiikan suodattimena, joka pitää taiteilijan erossa markkinoista. Tässä mielessä galleristin rooli hahmotuu aineistossa enemmän taiteellisen ja taloudellisen erottajana kuin niiden yhdistäjänä. Perinteinen ajatus (esim. Moulin 1987) galleriasta taiteen kääntäjänä talouden kielelle näyttää siis riittämättömältä. Asialla on toinenkin puoli, nimittäin suorien syy-seuraus -suhteiden peittäminen silloin, kun niitä taiteen ja talouden välillä esiintyy.

Markkinat nimittäin auttavat hierarkisoimaan taidemaailmaa, mutta niissä on yksi vika: ne järjestävät informaatiota jokseenkin satunnaisesti, suurelta osin irrallaan taidejärjestelmän omista luokituksista. Markkinoiden piittaamattomuutta pelätään, mutta niiden energiaa tarvitaan. Tämä paradoksi on peitettävä, jotta toiminta taidemarkkinoilla olisi mielekästä. Oman analyysini mukaan peittäminen tapahtuu gallerioissa profession korostamisena. Profession suojelu tulee esille monissa kohdin aineistoa. Korostuneimmin se ilmenee kohdissa, joissa galleristi selittää uusien taiteilijoiden valitsemista: kyse on usein herkästä ja kokemukseen perustuvasta asiasta, joka ei tahdo kääntyä sanoiksi. Kuten yksi galleristi kuvaili, "Kyl se viimekädessä on semmosta sumeaa logiikkaa, niinku mutua. Et tuntuupa mahassa. Et ei sitä pysty sillai kokonaan purkamaan." Yhtälailla galleristit korostavat työhönsä liittyvää asiakaspalvelua – heidän ovat koko kansan taidekonsultteja. Galleristi neuvoo, antaa vaihtoehtoja ja lukee asiakastaan kuin avointa kir-

jaa. Taiteilijoista puhutaan haluttomina ja usein heikkoina kauppamiehinä. Ensinnäkin taiteilijat ovat omalle taiteelleen usein sokeita ja siten huonoja suhteuttamaan teoksia kentän keskusteluun. Toiseksi taiteilijan itse tekemä pr-työ tuntuu harvoin vilpittömältä, kuten Juhani Palmusta puhuttaessa tuli usein ilmi. Omia töitään kauppaavan taiteilijan sanottiin olevan vaikea asia myös ostajan kannalta – taiteilijat kun eivät useinkaan pidä kirjaa ateljeemyynnistään. Lisäksi taiteilijan luona tauluja katseleva asiakas sortuu hätäisiin ostopäätöksiin, joihin hän ei galleriassa asioidessaan sortuisi.

Se on sitä ammattitaitoa, että tajuu mitä se asiakas on oikeestaan hakemassa. Tässä ei ole semmosta, kun sä menet taiteilijan ateljeehen ja sit menee sen taiteilijan aikaa ja sä poistut sieltä jonkun työn kanssa josta sä et oikeestaan tykkääkään. Et silloin tulee se ostopakko paljon voimakkaammin esiin. KG3

Mikä tärkeintä, galleriassa ostotapahtuma on piilotettu yleisen taidenäyttelyluonteen alle. Galleriassa kävijä voi keskustella taideteoksista ja taiteilijan kehityksestä. Teoksista ja niiden hinnoista keskustelu on todennäköisesti vapautuneempaa kuin taiteilijan ollessa läsnä. Ostettujen teosten viereen laitetaan vähäeleisesti punainen täplä. Taidenäyttelyssä myyminen tapahtuu yhtä lailla diskreetisti.

Itse osto tapahtuu hienovaraisesti tyyliin katseella. Varsinkin avajaisissa se hoidetaan niin, että kukaan ei edes huomaa sitä. Sit mä käyn ehkä kuiskaamassa taiteilijalle, et kuka sen osti. Kukaan ei halua tehdä siitä myöskään numeroa, jos ostaa jotain. VG1

Kaiken sanotun perusteella voidaan todeta, että taide ilmenee galleristin puheessa eräänlaisena parasiittina taloudessa. Markkinoilta tulevien signaalien annetaan auttaa taidekentän hierarkisoitumisessa sen verran kuin on tarpeellista. Esimerkiksi taloudelliset tappiot eivät välttämättä tarkoita mitään erityistä, kuten ne kulutustuotteiden markkinoilla tarkoittaisivat. Galleristi valvoo, että taloudesta otetaan, mutta sille ei anneta pikkusormea. Taidemarkkinoina ilmenevä talous elää sopusoinnussa taiteen kanssa, kunhan se määrittää taidetta vain antamalla vahvistuksia originaalille taiteelle. Muunlaiset palautteet tulkitaan galleristien piirissä vääriksi. Kuten esitin, taloudelliset flopit nähdään usein ympäristössä ilmenevänä ymmärryksen puutteena.³⁵ Luhmannilaisittain

³⁵ On syytä muistaa, että näkemykset siitä, mikä on hyvää ja originellia taidetta, eivät useinkaan kohdata. Hyvä taide on jatkuvasti neuvottelun alla. Taide-elämyksistä on vaikea puhua objektiivisina tosiasioina. Tämä näkyy myös siinä, kuinka taidekokemuksista puhuminen koetaan vaikeaksi (ks. Linko 1998).

voidaan muotoilla, että talousasioista puhuminen on ongelmallista, koska taidekommunikaatio ei salli talouskommunikaation rinnakkaisuutta galleriaorganisaatiossa. Yritysmuotonsa perusteella se joutuu tarkastelemaan taidetta talouden kautta, mutta taidejärjestelmälle omistautuneena organisaationa se tarkastelee taloutta taiteen kautta. Jälkimmäinen elää kommunikaation tasolla, koska taidejärjestelmän koodauksen – originaalinen/konventionaalinen – säilyttäminen on jatkuvasti uhattuna, jos mittapuuksi asetetaan suurten yleisöjen kulutusmieltymykset. Siksi aineistossa ilmenevää outoa talous/taide-suhdetta voidaan kuvata osuvasti juuri parasiitin käsitteellä. Kuvaillessaan toimintaansa taidemarkkinoilla taidegalleria asettaa taiteen koodauksen parasiitiksi talouteen, josta otetaan taiteen kannalta relevantteina vain taloudelliset voitot – ja niistäkin vain osa, kuten luku 5.2 osoitti – ei tappioita. Tällä tavalla vahvistetaan taiteen autopoieesia eli itse itsensä tuottavaa taidekommunikaatiota – antamalla vahvistuksia, mutta pidättelemällä liiallista markkinaohjautuvuutta.

6. Paradoksin peittyminen gallerian itsekuvauksessa

Taiteilijat muodostavat taidemaailman sydämen – ilman heitä taidekenttää ja siellä käytävää keskustelua ei olisi (esim. Becker 1985, 24–25). Ei siis ihme, että galleristien puhe taiteilijoista on usein kunnioittavaa ja ihailevaa. Mutta galleristien puheessa taiteilijoista on myös toisenlaisia sävyjä: se voi olla holhoavaa ja korostaa kuvaa taiteilijasta käytännön elämästä vieraantuneena nerona.

Tässä luvussa tarkastelen sitä, minkälaisia kehyksiä galleristin ja taiteilijan väliselle suhteelle asetetaan erilaisissa gallerioissa, ja mitä nämä kehykset kertovat taiteen ja talouden suhteesta. Analyysiani ohjasi ajatus siitä, että haastattelun aikana sanotut asiat rajaavat systeemin ja ympäristön välistä rajaa yhä tarkemmin, kunnes erilaisten gallerioiden itsekuvauksissa alkaa hahmottua ratkaisevia eroja. Luvun analyysit liikkuvat tasolla, joka on tulkittavissa yhtä hyvin bourdieulaisten kuin luhmannilaisenkin sosiologian valossa. Haastatteluissa galleristit kertoivat omasta tavastaan toimia kentällä ja vertasivat sitä muiden gallerioiden tapoihin toimia. Galleristin ja taiteilijan suhdetta luonnehtivat kehykset kertovat jotain siitä, miten suhde taiteeseen rakentuu galleristien puheessa. Käytän Bourdieun laskennan tabun ja rakenteellisen kaksoispelin käsitteitä rinnakkain Luhmannin systeemiteoreettisten käsitteiden kanssa.

6.1 Galleria perheenä

Näyttelymaksuilla ja provisioilla elävät galleristit ovat päätyneet gallerian omistajiksi usein sattuman ja pitkän taideharrastuksen yhteisvaikutuksesta. Perustellessaan galleristiksi ryhtymistä, haastateltavat mainitsivat usein kutsumuksen, kohtalon tai jokin muun "sisäänrakennetun jutun". Oli selvää, että galleristit pitivät työstään, vaikka perinteiset palkkatyötä kuvailevat sanat jäivät varjoon. Rationaalisuus ja suunnitelmallisuus saivat usein kyytiä, kun galleristit kuvailivat uransa alkutaipaleita.

Mä ajattelin, että tää on niinku tarkoitettu. Että rukoukseni oli niin sanotusti kuultu. Sit mä heittäydyin, vaikka mulla oli aika hyvä palkka ja kiva työ. Mut tää on mulle tarkoitettu ja en oo katonut päivääkään. Vaikeeta on välillä ollut, tosi vaikeeta, laman aikana. Että ei saa palkkaa ja kaikki on kyllä todella "auf Liebe zur Kunst". Mut tähän on vähän hölmön hommaa, et ei täs järkevä ihminen toimisi. KG1

Galleriatoiminnan liiketoiminnallinen puoli kierrettiin muutenkin kaukaa. Tärkeintä on taide ja taiteilijat. Keskitason galleriat ja managerigalleriat puhuvat toiminnastaan usein sanamuodoilla, joista tulee mieleen enemmänkin perhe kuin galleria. Perheen kehyyksessä taiteilija on lapsi, joka ei osaa hoitaa kaikkia käytännön asioita itse. Galleristi ymmärtää taiteilijaa ja auttaa tätä selviämään elämän käytännöllisestä puolesta. Taiteen tekemiseen uppoutunut taiteilija tarvitsee galleristia ja galleristi tietenkin taidetta tuottavaa taiteilijaa.

Tähän on vähän niinkuin perhe ja se vuorovaikutus on hyvin läheinen. Tavallaan sitä kokee, et ois äiti. Hahah. [...] Mehän hinnotellaan yhdessä, me ripustetaan yhdessä, siihen liittyy paljon kasvatuksellista vuorovaikutusta. MG1

Jotkut ei kykene sellaseen. Ne ei esimerkiksi CV:tä pysty tekemään. Ne soittaa mulle ja mä laitan. KG2

Taiteilijan on tultava toimeen ja me tehdään se toimeentulo. Toinen vaihtoehto on taiteilijan suoramyynä studiosta ja useinkin taiteilijat on aika huonoja kauppamiehiä. MG3

Taiteilijoillahan on monesti ainakin Suomessa se, että "ei siitä tarvitse kenellekään sanoa, tulee kuka tulee". Heh heh. Et semmonen hurja ujous oman tekemisen suhteen. Jotenkin paradoksaalinen asia, mut niin se vaan on. VG(T)2

Omaan talliin kuuluvasta taiteilijasta ollaan galleriassa ylpeitä. Tämä korostui erityisesti perinteisissä gallerioissa ja nuorista taiteilijoista puhuttaessa: taiteilijan onnistunut markkinointi vaatii galleristilta aitoa viehtymystä taiteilijan teoksiin. Taiteen pitää olla galleristin mielestä sekä taiteellisesti että teknisesti kunnianhimoista ja siinä pitää kiteytyä jotain olennaista juuri tästä ajasta. Kun galleria valitsee uusia taiteilijoita näyttelyohjelmansa tai talliinsa, kiinnitetään huomiota moniin seikkoihin. Tärkeimmäksi nousee kuitenkin galleristin oma tunne siitä, että "tässä on jotain". Haastatteluissa toistuivat tätä tunnetta kuvaavat ilmaisut, kuten "mutu-tuntuma" ja taiteilijan vielä aktualisoitumattoman potentiaalin näkeminen. Tätä mutu-tuntumaa tarvittiin yhtä lailla, kun taiteilijan valinta oli tehty. Hinnoittelun ohjenuoria koskevaan kysymykseen saatettiin vastata, että "tää on semmosta henkimaailman toimintaa varsinkin silloin, kun taiteilijalle ei ole olemassa olevaa hintatasoa".

Tämän tyyppiset epämääräiset ilmaukset toistuivat usein, kun kysyin uusien taiteilijoiden valitsemisesta galleriaan. Asiantuntijankin kuvailut siis pakenivat helposti subjektiiv-

viselle tunnetasolle. Taiteen kokemuksia kartoittaneessa tutkimuksessaan Maaria Linko (1998) havaitsi saman ilmiön taideyleisöjen keskuudessa: taide-elämykset koettiin erityisen vaikeiksi pukea sanoiksi. Galleristit eivät hävenneet epämääräisyyttä, vaan ilmaisivat sen ikään kuin tukena heidän vankalle kokemukselleen taiteen kentällä. Intuitiolla ja hiljaisella tiedolla on eittämättä suuri rooli taide-maailman ennakoivassa jäsentämisessä, vaikka haastatteluissa galleristit tuntuivat miltei mystifioivan valintapäätöksiä. Samalla tavalla galleristit saattoivat korostaa sitä, miten he vain vilkaisemalla asiakasta tiesivät, minkälaista taidetta asiakas haluaisi.

Voimakas sitoutuminen taiteilijaan tarkoittaa voimakasta myötäelämistä tämän kanssa. Vaikka näyttely olisi mennyt kaikin puolin hyvin, taiteilijalla on näyttelyn jälkeen usein tyhjä ja masentunut olo. Tällöin galleristin tehtävänä on antaa ”henkistä huoltoa” kaikkensa antaneelle taiteilijalle. Jos taiteilijalla ei mene hyvin, galleristi kokee, että maailma ei ymmärrä. ”Kylhän se tappio on myös henkinen,” sanoi yksi galleristi tilanteista, jossa taulut eivät mene kaupaksi tai näyttely ei herätä minkäänlaista kiinnostusta. Ääritapauksissa galleristi kokee kuitenkin kärsivänsä enemmän kuin taiteilija.

Mut kyllähän välillä on tuskanhiki otsalla, kun ei mikään mee, vaik on hyvä näyttely ja kukaan ei ymmärrä. Jotenkin mä oon aina niin sen taiteilijan puolella, että mua niinku sydäimestä ottaa varmaan enemmän kuin sitä taiteilijaa, et kun se on niin älytöntä kun kukaan ei tajuu jotain hyvää ja kukaan ei kirjoita. KG1

Jotta tuskanhiki ei virtaisi, galleristin on hoidettava taiteilijan asioita ja häntä on keuhutava muille. Tulevan näyttelyn mainostaminen aloitetaan hyvissä ajoin ennen avajaisia. Jos kyseessä on tuntematon taiteilija, johon galleristi uskoo ”se aloitetaan puolitoista vuotta aikasemmin kuiskutteleamalla ihmisille, että nyt on tulos tämmönen tosi mielenkiintoinen”, kuten yksi managerigalleristeista sanoi. Tätä kuiskuttelua taiteilijasta ei tule luontevasti, jos galleristilla ei ole uskoa taiteilijan lahjakkuuteen.

Myös taiteilijan – ei pelkästään teosten – on oltava galleristin mieleen, vaikka taidetta arvioidessa taiteilijan persoona on erotettava hänen taiteestaan. Tämä korostuu erityisesti silloin, kun työskentely taiteilijan kanssa käy vaikeaksi. Ajatus hullusta nerosta toistuu usein. Yleensä kommentit taiteilijoiden vaikeudesta ovat huumorin sävyttämiä, mutta muutama galleristi sanoi kohdanneensa oman sietokykynsä rajan. Jos näyttelyi-

den pitämisestä tulee taiteilijan oikkujen takia "tahmeeta ja hankalaa", niin taiteilija saa lähteä. "Kiukuttelua" siedetään vain harvoilta ja valituilta.

Mut jotkut on ihan puolihulluja, et sen voi sit ohittaa. Et kyl se on se taide. Se on se meidän molempien intressi, sen taiteilijan ja minun. Joskus on tullut semmosia, et tota ehkä yhden kerran, et en halua olla tän kanssa tekemisissä. Jos se ois ollut huipputaiteilija mä olisin senkin pyörtänyt, mut se ei ollut. KG2

Ja niinku mä oon silleen vähän –miten mä nyt sanoisin –tolleen turskisti sanonut, että mun ei enää tarvi paskapäitten kanssa töitä tehdä. Siis ihan oikeesti. Et kyl mä ymmärrän sen, et taiteilijat on herkkiä ja varsinkin tietyissä työvaiheissa olla vereslihalla, mut et kun mäkin oon yli 25 vuotta tällä alalla ollut, niin ei enää oikeen jaksa sellasia, jotka kieri lattialla ja kirkuu ja vaatii mahdottomia asioita. MG2

Entä mitä galleristi voi vaatia taiteilijoiltaan? Galleristilla on oman kokemuksensa perusteella käsitys siitä, mitä tietyn tasoisen taiteilijan taulujen tulee maksaa, mitä tauluja asetetaan esille ja miten ripustus hoidetaan. Galleristi voi myös päättää olla myymättä taiteilijan taulua, jos hän uskoo taiteilijan hintatason nousevan. Nämä ovat yleisesti hyväksytyjä ehtoja galleristin ja taiteilijan välisessä yhteistyösuhteessa. Haastatteluiden perusteella raja kulkee siinä, että galleristi ei saa sanella, minkälaisia tauluja taiteilijan pitää maalata. Osa haastatelluista sanoi, että yllä kuvatun kaltaisia, määräileviä galleristeja on olemassa. Omassa tutkimuksessani en saanut tähän varmuutta, mutta ajatus galleristille asetetusta rajasta on mielenkiintoinen: galleristi ei saa tulla taiteilijan reviirille.

Tämä erottaa galleristin entisaikojen suojelijoista, kuten kirkosta ja aatelistosta, jotka usein sanelivat taulujen aiheet. Toisaalta galleristi puuttuu sisältöön päättäessään, keiden taiteilijoiden töitä hän galleriassaan esittää. Harvalla gallerialla olisi muutenkaan varaa ottaa määräilevää suhdetta taiteilijoihinsa: Ellei gallerialla ole Midaksen kosketuksen veroista mainetta, sen kannattaa olla äärimmäisen varovainen taiteellisen sisällön kanssa. Puuttuminen taiteilijan työhön voi vaarantaa gallerian maineen taiteilijayhteisön silmissä. Taiteilijat voivat äänestää, ja ovat usein äänestäneetkin, jaloillaan.

Siitäkin saatetaan keskustella, mutta tärkein on se, että mä kannustan sitä ihmistä löytämään sen oman jutun. Et mä en sano enkä sanele, mitä pitää maalata. Mä tiedän et toiset tekee sitä, et ne sanoo, et maalaa asetelma kolmella appelsiinilla. Semmonen on must hirveen väärin, varsinkin jos se on nuori taiteilija. [...] Sitä ei voi sähätä, joku on tehnyt sitä ja mä oon kuullut taiteilijoilta, että ne on kyllästynyt aivan täysin: "Mä en puhu sille enää." KG2

Sä et voi tehdä montaa mogaa, kunnes sä putoot siitä kentästä. Taiteilijat on myös itse tarkkoja missä ne pitää, et ne ei mee semmoseen galleriaan, jonka maine on huono tai... Heh heh. KG1

Aina galleristi ei voi vaikuttaa taiteilijan päätökseen vaihtaa galleriaa. Suomessa perinteiset galleriat solmivat harvoin taiteilijoita sitovia sopimuksia, jotka velvoittaisivat taiteilijan pysymään samassa galleriassa. Jostakin syystä taiteilijoita ei ole Suomessa haluttu sitoa galleristin omaisuudeksi sopimuksilla, kuten Keski-Euroopan gallerioissa on usein tapana. Gallerioiden välillä ja gallerioiden ja taiteilijoiden välillä vallitsee kuitenkin herrasmiehiessopimus, jonka mukaan toisen gallerian taiteilijoita ei oteta ilman lupaa eivätkä taiteilijat mene toisen galleristin puheille kysymättä ensin galleristiltaan. Kun tätä sääntöä rikotaan, perheen kehys nousee voimakkaasti esille. Taiteilijan hylkäämä tai asiasta puhuva galleristi vetoaa siihen, että hän on tehnyt työtä taiteilijan uran eteen.

Hän [taiteilija X] sanoi, että hän ei pääse enää urallaan eteenpäin, jos jää [galleriaan Y]. Se mun mieheni otti sen kauheen raskaasti, koska se oli ollut kuin oma poika. Sit ne työt vietiin [galleriaan Z] kadun toiselle puolelle, niin sit kaikki osti jonossa ne vanhat työt jotka me oltiin esitelty. Kammottavuus oli se, että [X] oli ihan oikeessa siinä. KG

Kyl niit on, mutta sit on semmosia, että on siirtynyt pois, et se on tosi tylsää. Se että on satsannut, niin... Sit oli yksi johon me oltiin satsattu ja sillä olikin tulossa näyttely toiseen galleriaan. Mä kysyin et miks. No ku mä halusin kattoo milt mun työt siellä näyttää. Et semmonen moraali puuttuu: suuri osa ei arvosta yhtään sitä työtä mikä me tehdään. KG

Taiteilijan lähdön syynä on usein se, että taiteilija haluaa uralleen nostetta, jota vanha galleria ei tarjoa. Tällöin taiteilija edustaa markkinavoimia, jotka "luikertelevat perhesuhteisiin" ja rikkovat gallerian. Vaihtoehtogallerioissa asia nähtiin toisesta kulmasta. Varsinkin managerigallerioiden toimintaa kritisoitiin liian sitovana — se mikä perinteisten gallerioiden puheessa näyttäytyi perheenkaltaisuutena, olikin nyt valtasuhde vailla tunnetta. Tässä valtasuhteessa

taiteilija ei ole edes tasavertainen neuvottelukumppani galleristin kanssa, vaan sun pitää aina olla silleen, että suuttuukohan se, jos mä sanon jotakin väärää, sit mä en saakaan tätä näyttelyä ja mun ura menee ihan pieleen. [...] Jotenkin se on hirveen jännitteinen tilanne tää galleristin ja taiteilijan suhde. Se on hirveen erikoinen, siin on jotakin perverssiä. VG(T)1

Tämä kommentti on ääripään esimerkki. Yleisesti vaihtoehtogalleriat suhtautuivat ymmärtävästi perinteisiin gallerioihin ja niiden erilaisiin toimintatapoihin. Markkinoilla toimiva galleristi tekee samaa työtä, mutta talouden paine harteillaan. Tämä sai myös kunnioitusta osakseen. Vaihtoehtogallerioiden itsemäärittelyä käsittelen tarkemmin luvussa 6.2.

6.2 Galleria kaveripiirinä

Vaihtoehtogallerioiden haastatteluissa taiteilijan ja gallerian välisestä suhteesta puhutaan pääasiassa gallerian pyörittämiseen liittyvän talkootyön kautta. Koska varsinaista täysipäiväistä galleristia ei välttämättä ole, jokainen taiteilija osallistuu näyttelyiden järjestelyihin. Työ yhden taiteilijan eteen ei ole kovin omistautunutta – taiteilijoiden markkinointi jää usein puolitiehen suosituimpiin gallerioihin verrattuna – mutta taiteilijat saavat täydellisen vapauden. Myös vaihtoehtogalleriat korostavat tehtäväänsä taiteilijan kehityksen edesauttajina. Niissä on kuitenkin enemmän kysymys kasvattavan vapauden suomisesta kuin aktiivisesta kasvattamisesta. Vaihtoehtogalleriassa taiteilija oppii näyttelynpitämisen perusteet ja saa aikaa etsiä omaa tyyliään taiteilijana.

Tavallaan must tuntuu et se on tärkeä kokemus, heh heh, taiteilijana kehittymisen kannalta, ettei oo koko ajan silleen selkä kyyryssä, että mitä se nyt tähän sanoo ja mitä se tähän sanoo. Se vaikuttaa siihen sun oman taiteilijan mielen kehittymiseen, kun on tämmösessä ympäristössä. VG(T)1

Meidän rooli on vähän niinku muodostunut sellaiseksi, että tuolla treenataan näyttelyn pitämistä tuolla galleriassa. VG(T)2

Kysymykseen, miksi galleria perustettiin, tuli pääasiassa kahdenlaisia vastauksia. Enimmäkseen viitattiin valmistuneiden taideopiskelijoiden ja gallerioiden määrälliseen epäsuhtaan. Viime vuosina taidekoulutuksesta valmistuvien määrä on noussut huimaa vauhtia eikä kaikille riitä näyttelyaikaa perinteisistä gallerioista. Vaihtoehtogalleriat ottavat mielellään nuoria taiteilijoita ja tarjoavat näyttelytilaa huokeampaan hintaan, johon ihmisillä on varaa. Tämän, koulutuspoliittisen syyn rinnalle nostettiin usein toinen syy: pako etabloituneesta taidekentästä ja sen jäykistä tekemisen tavoista.

Eli kun valmistuttuaan nuori taiteilija astuu taiteen kentälle, niin siellä on hyvin vähän tilaa, joka on sen omassa hallussa. Se on lähinnä se oma työhuone. Se ajatus oli, että perustetaan oma galleria, jossa voidaan tehdä asioita omalla tavalla. VG(T)1

Jos sä oot joku graafinen suunnittelija ja sä teet hienoja taideteoksia, sun pitää kuitenkin ruveta toimimaan sen taidekentän ehdoilla, että sä saat etabloitua itses taiteilijana. Siinä on joku kynnys, kuka saa tehdä kuvataidetta. Siinä on jotain mätää tavallaan. VG4

Kolmantena, mutta melko tärkeänä motiivina vastauksissa näkyi hauskanpito. Gallerian pyörittäminen nähtiin työlääksi, mutta hauskaksi. Hauskuuden nähtiin olevan suoraan sidoksissa epäkaupallisuuteen. Gallerian ympärille oli muodostunut tuttavapiiri, jonka kanssa vietettiin aikaa aivan muista kuin taloudellisista syistä. Monessa vaihtoehtogalleriassa oltiin samaa mieltä siitä, että "sitten, kun ei enää toiminta maistu, niin pannaan toiminta seis. Se tapahtuu sitten helposti, kun ei oo rahallisia velvotteita."

Ja alust lähtien oli se ajatus, että pidetään sitä tasan niin kauan kun se on hauskaa, et siitä ei tule pakkojuttua. VG1

Varmaan ne riidat tulis sitten, jos se paikka tuottais jotain. Me ollaan silleen onnellisessa tilassa, että se ei tuota mitään, niin ei tarvi mistään taloudesta... VG2

Joo, ja ei meillä oo kellään halua tai tarvettakaan. Tää on yhdistys, josta ei ole tarkoitukseen hyötyä taloudellisesti. VG5

Talouden kylkiäisenä tulisi siis huoli myynnistä. Tätä huolta kuvattiin luonnehtimalla perinteisemmän gallerian arkipäivää – on punnittava näyttelyitä monelta kannalta ja tehtävä valintoja, jotka istuisivat taiteen kenttään ja taidemarkkinoiden trendeihin. Kysyin myös, aikoiko galleria tulevaisuudessa panostaa enemmän taulujen myyntiin. Suurin osa vaihtoehtogalleristeista sanoi, ettei asiaa oltu edes harkittu. Pari galleristia sanoi, että kyse olisi eräänlaisesta aikuistumisesta, joka mahdollisesti olisi edessä.

Omaa roolia suhteessa perinteisiin gallerioihin perusteltiin varsinkin helpon lähestyttävyyden kautta. Perinteiset galleriat näyttäytyivät vastauksissa suljettuina yhteisöinä, joihin joutui menemään lakki kourassa arvovaltaisen galleristin katsoessa painostavasti. Tätä vasten asetettiin vaihtoehtogallerian epämuodollinen ilmapiiri, joka saattoi johtua milloin mistäkin – sotkuinen galleriatila, tauluja korostavat seinämaalaukset ja taustamusiikki mainittiin kaikki lähestyttävyyttä helpottavaksi tekijöiksi. Kommentit siitä, että ei ollut sidottu voiton tekemiseen ja tarkkaan suunniteltuun näyttelyohjelmaan olivat

myös yleisiä. Vastakohtaksi näille tekemisen tavoille luonnehdittiin perinteisiä gallerioita. Niiden klinisiä galleriatiloja kritisoitiin liian arvovaltaisiksi ja pelottaviksi satunnaisen kävijöiden kannalta. Suurin osa perinteisiä gallerioita vastaan esitetystä kritiikistä olikin "valkoisen kuution" ja siihen liittyvän "patsastelun" ja "lasien kilistelyn" kritiikkiä – siitäkin huolimatta, että moni haastatelluista vaihtoehtogallerioista noudatti samoja avajaisperinteitä kuin perinteiset galleriat. Puheeseen turhista muodollisuuksista liittyi myös se, miten perinteisessä galleriassa galleristin persoona nostettiin jalustalle – kyseiset galleriathan kantavat usein galleristinsa nimeä. Tämä henkilökultin rakentamista selitettiin samalla tavalla kuin perinteisissä gallerioissa –galleristi on taiteen asiantuntija, eräänlainen esikeräilijä, johon taiteen keräilijät ja museot luottavat. Taiteelle tämän henkilökeskeisyyden ei nähty antavan mitään. Siksi yhteisön, osuuskunnan tai kavereiden muodostama kollektiivi nähtiin parempana.

Ehkä se [vaihtoehtogalleria X:n] menestys osoittaa, että ei tarte sitä personointii vaan voidaan luottaa siihen mitä se on. Se on paikka, et jos haluaa tehdä juttuja niin voi tehdä siellä. Kukaan ei tule sanomaan. Jos joku projekti tulee, niin totta kai se menee sen kautta. Mut kukaan ei tule sanomaan, että mitä tehdään, vaan annetaan lupa ja sitten saa tehdä mitä haluaa. Se idea on anarkistinen. VG(T)1

Perinteisten gallerioiden, ja erityisesti näyttelymaksua ottavien gallerioiden, todellinen kritisoiminen alkoi, kun keskustelu koski perinteisten gallerioiden kalliita näyttelymaksuja ja galleristien kyvyttömyyttä tarjota lisäarvoa maksun maksaneelle taiteilijalle.

Aika usein Suomessa galleristi on vaan tilanvuokraaja, mikä musta ei oo gallerian pitämistä että sä vuokraat vaan tilaa taiteilijalle. Mun mielestä se on vaan kiinteistökeinotte-luu. XG1

Galleristit ei voi olla niin laiskoja, kun on tällaisiakin gallerioita. Taiteilijat miettii että miks, mitä järkee mennä tonne ja kantaa viimeset rahani tolle galleristille, et mitä se mulle pystyy tarjoo, jos ei se pysty tarjoamaan, niinku monet ei pystykään tarjoamaan sitä hirveesti sitä myyntiä. Se pakottaa ne galleriat skarppaamaan. VG(T)1

Arvostetut, keskieuropalaistyylliset managerigalleriat nähtiin sekä hyvässä että pahassa valossa. Toisaalta vaihtoehtogalleristit arvostivat sitä, että managerigalleria ottaa taiteilijan puolesta taloudellisen riskin näyttelyn pitämisestä. Taiteilijan ei tarvitse kaivaa kuvetta saadakseen taulujaan esille ja myyntiin. Galleriat, jotka kykenevät tällä tavalla toimimaan, omaavat myös arvovaltaisen asiakaskunnan, jonka kautta käy usein taiteili-

jankin tie menestykseen. Niinpä managerigallerioista puhuttiin usein ideaalitulana, joka ei olosuhteiden pakosta ollut kaikille mahdollinen. Tällainen puhe sai vastapainokseen toisenlaista, managerigalleristien motiiveja epäilevää pohdintaa. Useat haastateltavat, myös managerigallerioita arvostavat, vierastivat managerigallerioihin liitettyä ajatusta pitkistä ja sitovista sopimuksista – siitä, että taiteilija joutuisi sitoutumaan yhteen paikkaan.

Managerigalleriat saivat kritiikkiä myös siitä, että niiden taiteilijakuva oli auttamattoman vanhentunut, jopa "70-lukulainen". Vaihtoehtogalleriat korostivat sitä, että moni taiteilija on nykyään luovan työn ammattilainen ja tekee taidetta sivutoimisesti. Vaihtoehtogalleristien puheessa muodostui kuva taiteilijasta, jonka on oltava aktiivinen, jos haluaa elää ja vaurastua taiteellaan. Vaihtoehtogalleristit olivat taiteilijan oman vastuun korostamisessa perinteisiä gallerioita ankarampia. Niissä nähtiin, että nykyaikaisen taiteilijan oli suotavaa olla itsensä markkinamies.

Et kyl semmosta toimijuutta ja myöskin markkinahenkisyyttä voidaan joutua edellyttämään aika paljon enemmän. Siihen mä en ota kantaa onks tää hyvä vai huono asia, mut se selkeesti on niin, et taiteilija ei voi enää vaan taiteilla. VG5

Muistan muutama kuukaus sitten kun kohtasin yhen taiteilijan joka oli valmistunut seitkytluvulta ja oli silleen että ei tässä ole mitään tolkkua ei elä apurahoilla ja kaikenlaista. Siinä sitten mietin, että maalaa hienompia maalauksia. Sillä ne ongelmat ratkeaa. VG(T)2

Kun Jeff Koons on kuuluisa brändäämisestään ja siitä, et se on vastustanu tätä tällasta perinteistä taiteilijakuvaa ja sitä että taiteilija joutuu käsin tekemään teoksensa ja että ne on originaaleja. [...] Mutta ne [Damien Hirst ja Jeff Koons] on kuitenkin, ei ne oo pelkästään sitä, että ne on bisnesmiehiä tai brändejä, vaan ne on myös oikeesti vaikuttanut hirveesti taidemaailmaan. XG1

Perinteisen galleriakentän ulkopuolella katsottiin, että kaupallisuudessa ei ole mitään pahaa, kunhan se on taiteilijan omasta toiminnasta – ei siis galleristista – kumpuavaa kaupallisuutta. Taloudesta puhdas taiteilija (ks. esim. Bourdieu 1998, 175) ei ollut vaihtoehtogalleristien puheessa samalla tavalla läsnä kuin perinteisten galleristien puheessa (ks. edellinen luku). Viimeksi mainituissa hahmottui kuva taiteilijasta, joka tuodaan markkinoille, mutta pidetään erillään markkinoiden logiikasta. Niissä talouteen otettiin etäisyyttä usein juuri silloin, kun puhe kääntyi taiteilijaan. Esimerkiksi taiteilija, joka ajatteli urakehitystä vaihtamalla parempaan galleriaan, saatettiin nähdä petturina. Tä-

män perusteella voidaan sanoa, että vaihtoehtogalleriat eräällä tavalla ulkoistavat taloudellista vastuuta taiteilijoille, kun taas perinteisemmät galleriat pitävät yllä kuvaa puhtaasta taiteilijasta.

6.3 Välitilinpäätös: sosiaalinen deparadoksifikaatio

Edellä esitellyissä analyyseissa tuli ilmi, että perinteisemmät galleristit, siis keskitason galleristit ja managerigalleristit, puhuvat toiminnastaan usein perheen kehyksessä.³⁶ Vaihtoehtoisemmat galleriat taas määrittelevät toimintaansa kaveripiirin kehyksessä. Nämä erilaiset kehykset kertovat ainakin erilaisesta suhteesta taiteeseen, joka haastatte- luissa kristallisoituu usein taiteilijassa. Erityisen silmiinpistävää on se, kuinka perinteis- ten gallerioiden käyttämässä perheen kehyksessä galleristin suhde taiteilijaan on koros- tuneemmin esillä kuin kaveripiirin kehyksessä. Markkinoilla aktiivisemmin toimivat gal- leriat korostivat siis suhdettaan taiteeseen usein henkilökohtaisten suhteiden kautta, jolloin voitot ja tappiot näyttäytyivät yhteisinä. Vaihtoehtogalleristit korostivat taiteilijan oma-aloitteisuuden tärkeyttä ja taiteen tekemisen vapautta.

Perhekehyksen korostuminen kaupallisemmalla puolella voidaan tulkita monella tavalla. Ensimmäinen tulkintani oli, että perhe-kehys ja siihen liittyvä pyyteettömyyden vaiku- telma kielivät vaikeudesta yhdistää markkinoiden ja taiteen logiikat toisiinsa, kuten alun alkaen epäilin. Tässä kohtaa analyysia Bourdieun (1998, 168–174) ajatus laskennan ta- busta osoitti hedelmällisyytensä – mitä lähempänä taloutta ollaan, sitä voimakkaammin korostetaan intiimejä suhteita. Markkinoilla toimiva galleristi puhuu tosiaan ihmissuh- teita korostaen eli painottaa yhtä totuutta peittääkseen toisen, rinnakkaisen totuuden. Laskennan tabu kierretään siis rakenteellisella kaksoispeilillä. Tämän voi ilmaista myös taiteessa vallitsevan pyyteettömyyden kulttuurin suojelemisena – ihmissuhteita koroste- taan, koska niiden asettaminen etusijalle auttaa sulkemaan talouden logiikkaa ulos tai- teen määrittelystä. Kyse on siis siitä, että taiteen määrittely halutaan pitää yksinomaan taiteen käsissä. Kaupallisuutta lähestyvä galleria suojaa siis taiteen itsemääräämisoikeut- ta korostamalla sitä osaa toiminnasta, mikä tapahtuu ihmisten välisessä interaktiossa.

³⁶ Kansantaloustieteen näkökulmasta galleristi korostaa uskoaan taiteilijaan, koska taiteilija voi gal- leristin pitkäjänteisyyden tuloksena etabloitua ja tuottaa gallerialle tuloja. Intressinäkökulma ohite- taan tässä työssä, koska se edustaa talousjärjestelmän sisäistä logiikkaa.

Laskennan tabun käsitettä täydentää Luhmannin (1986; ks. myös Raiski 2004, 20) tulkinta siitä, kuinka perheensisäinen rakkaus on korostunut historian aikana. Luhmannin mukaan perhe alkoi kietoutua entistä voimakkaammin rakkauskommunikaation ympärille, kun se menetti modernisaation seurauksena sille ominaisia funktioita. Esimoderni perhe, jossa isällä oli lähes rajaton päätösvalta, toimi toteuttaen omia sisäisiä (mm.) oikeuden ja talouden funktioitaan. Modernin yhteiskunnan eriytyminen on aiheuttanut sen, että funktiot ovat irtautuneet perheen piiristä yhteiskuntajärjestelmän tasolle. Funktioistaan luopuneen perheen kommunikaation koodaukseksi jäi pelkkä rakkaus. Tämä vapauttaa, mutta luo äärimmäistä herkkyyttä rakkautta koskevalle kommunikaatiolle. Intiimien suhteiden korostuminen taidegallerian kommunikaatiossa voi olla merkki kummasta tahansa. Se voi olla (1) pelkkää talousajattelun kieltämistä taiteesta puhuttaessa, kuten tutkimuskysymyksissä enteilin, tai (2) yhden yhteiskunnallisen funktionsa menettäneen gallerian viimeinen oljenkorsi. Onko taidegalleria menettämässä perheen tavoin entisen roolinsa, jos tarkastellaan taloudellisen funktion hoitamista? Ovatko heikot ja vaikeaselkoiset markkinat, ja toisaalta taiteilijoille kohdistettu tukipolitiikka, vieneet gallerialta sen roolin taiteen ja talouden yhdistäjänä? Onko intiimien suhteiden korostuminen galleristien puheessa epätoivoista tarrautumista taiteilijoihin, joilla on sentään apurahansa? Vaihtoehtogallerioiden nousu antaa jonkinlaista osviittaa siitä, että näin asia todella on.

Myös vaihtoehtogalleriat korostivat yhteisöllisyyttä, mutta vailla perinteisten gallerioiden jännitteisyyttä ja intensiteettiä. Niiden puheessa korostuivat vertaisjoukon tuki, hauskanpito ja taiteilijan oma rooli uransa edistäjänä. Taiteilijan on oltava aktiivisemmin oma markkinamiehensä, mikäli hän haluaa pärjätä. Tällä tavalla vaihtoehtogallerialla ei ole vastuuta taiteilijan taloudellisesta menestyksestä eikä kovinkaan aktiivista roolia osajärjestelmien välisenä, rakenteellisena kytkentänä. Vaihtoehtogallerioilla on roolinsa eräänlaisena ponnahduslautana varsinaiselle galleriakentälle, mutta tähän rooliin ei ole useinkaan tietoisesti pyritty. Moni epäkaupallinen galleria on tyytyväinen asemaansa, joka mahdollistaa puhtaasti taiteen puolella operoimisen. Tähän näyttäisi liittyvän seuraava paradoksi: Toimiessaan puhtaasti taiteen puolella ne eivät kuitenkaan toimi puhtaasti taiteilijoiden puolella. Galleria, joka on välttynyt kytkennältä markkinoihin, ei ole

investoinut taiteilijan uraan päätoimisena taiteilijana – siis taiteilijana, joka saa leipänsä taiteilijan työstä.³⁷

Sekä perinteiset galleristit että vaihtoehtogalleristit asettivat suhteen taiteilijoihin etusijalle, kun haastattelu kääntyi taiteen tuotteistamiseen ja taiteilijoiden markkinointiin. Taloudesta siirryttiin inhimillisten suhteiden korostamiseen. Perinteisissä gallerioissa – niin keskitason gallerioissa kuin managerigallerioissakin – tämä tapahtui tuomalla perheen kehys yrityksen kehyksen päälle; vaihtoehtogallerioissa korostamalla taloudellisesti päämäärätöntä seurallisuutta, jonka galleria mahdollisti. Taiteen tuotteistamisen paradoksi kierrettiin siis *sosiaalisella deparadoksifikaatiolla* – sulkemalla taiteilijat organisaation sisäpuolelle ja ankkuroimalla galleria samalla taiteilijoiden puolelle.

³⁷ Bourdieun (1998, 131–133) mukaan kentällä operoiva toimija tekee sijoituksen kenttään ja omaa siten intressejä kentällä tapahtuvien asioiden suhteen. Esittäessään taidetta vaihtoehtogalleria on mukana taiteen keskustelussa, mutta ei juurikaan auta taiteilijaa tämän toimeentulon hankkimisessa – taiteilijan työn mielekkyys ei tällöin ole samalla tasolla, kuin mitä se olisi perinteisissä gallerioissa ja erityisesti managerigallerioissa – olettaen tietenkin, että sopimus miellyttää taiteilijaa.

7. Tulkintaa: galleria rakenteellisena kytkentänä

Tässä luvussa suhteutan lukujen 5 ja 6 tutkimustuloksia Niklas Luhmannin teoriaan funktionaalisesti eriytyneestä yhteiskunnasta. Tarkastelun kohteena ei ole enää pelkkä taidegalleria, vaan gallerian, talousjärjestelmän ja taidejärjestelmän väliset "ärsytykset". Ensin kertaan lyhyesti tähänastisia tutkimustuloksia.

Luvussa 5 lähdin liikkeelle etsimällä taiteen kaupallisuuden rajoja taidegalleristien kommunikaatiosta. Sain selville, että gallerioiden pääasiallinen huoli kaupallisuudesta puhuttaessa on *populistisen kaupallisuuden* vaikutus taiteen sisältöön. Populistisena kaupallisuutena nähdään taiteen tekeminen, myyminen ja ostaminen ensisijaisesti sen taloudellisen arvon takia, mutta myös taiteen tuominen kauppamaisiin puitteisiin. Galleriatila ja galleristi, jotka ohjaavat huomiota kohti taiteellista sisältöä, ovat taidejärjestelmän suodattimia. Niiden kautta kulkiessaan taide ikään kuin puhdistuu taidekauppaan liittyvistä negatiivisista konnotaatioista. Huoli kaupallisuudesta aiheuttaa ristiriitoja erityisesti perinteisemmissä, taiteen myymiseen aktiivisesti tähtääviä gallerioita, joissa taiteilijan rahallista arvoa ja taiteellista arvoa pyritään kuljettamaan käsi kädessä. Lahjakas taiteilija pitäisi saada menestymään myös kaupallisesti, jotta hänen taiteellinen ansioituneisuutensa tulisi vahvistettua. Tässä hinnoittelu näyttelee tärkeää roolia: galleristi voi pelata uhkapeliä hinnoilla ja luottaa siihen, että hänen arvionsa uskotaan kentällä. Ylihinnoittelu voi kuitenkin estää uran etenemisen eikä taiteilijan hintatasoa ole mielekasta laskeakaan – se antaa epäluotettavan kuvan niin galleristista kuin taiteilijastakin.

Havaitsin myös, että taiteen ja talouden koodit törmäävät, jos niitä yritetään aktiivisesti suhteuttaa toisiinsa. Galleristien puheessa tämä ilmeni erityisesti *taiteen tuotteistamisen paradoksina*. Jännite syntyi, kun taideteoksen taiteellinen sisältö yritettiin artikuloida talouden kielelle tai päinvastoin. Taiteen myymisestä puhuminen muuttui erityisen vaikeaksi, kun keskustelu siirtyi alueille, joilla taiteilijoiden motiiveista ja taiteen vilpittömyydestä ei ollut takeita. Taiteen tuotteistamisen paradoksi ilmeni erityisesti perinteisten gallerioiden haastatteluissa, koska niissä tauluja pyrittiin kovin aktiivisesti myymään. Tällöin ristiriitaisuutta paettiin korostamalla perinteiden merkitystä – vahvaa, asiantuntevaa galleristia ja taiteen pyhittävää, valkoista galleriatilaa.

Luvussa 6 analysoin taidegallerioiden suhdetta taiteilijoihin. Sain selville, että vaihtoehtogallerioiden kommunikaatiossa korostuu taiteilijan ja galleristin yhdenvertaisuus, toverillinen henki sekä kaupallisemman taidemaailman vieroksuminen. Perinteisemmissä gallerioissa sen sijaan korostettiin galleristin mentoroivaa suhdetta taiteilijaan ja jatkuvaa huolta taiteilijan pärjäämisestä. Analyysini johtopäätös oli se, että kyseessä on kaksi tapaa asettaa galleriatoiminta yksinomaan taidejärjestelmän sisälle. Vaihtoehtogallerioissa tämä tehtiin asettumalla konkreettisesti talouden ulkopuolelle – toimimalla osuuskuntina tai yhdistyksinä. Perinteisemmissä gallerioissa taiteeseen ankkuroituminen tapahtui korostamalla omaa asiantuntijuutta – sen hyödyntämistä hyvän taiteen paikantamisessa ja esille nostamisessa sekä taiteilijan opastamisessa. Perinteiset galleriat käsitelivät omaa sisäistä ristiriitaansa maalaamalla uhkakuvan taidemaailmasta ilman portinvartijana toimivaa galleristia. Kriteerit hyvälle nykytaiteelle katoaisivat ja taiteesta tulisi harrastelijoiden ja onnenonkijoiden aluetta.

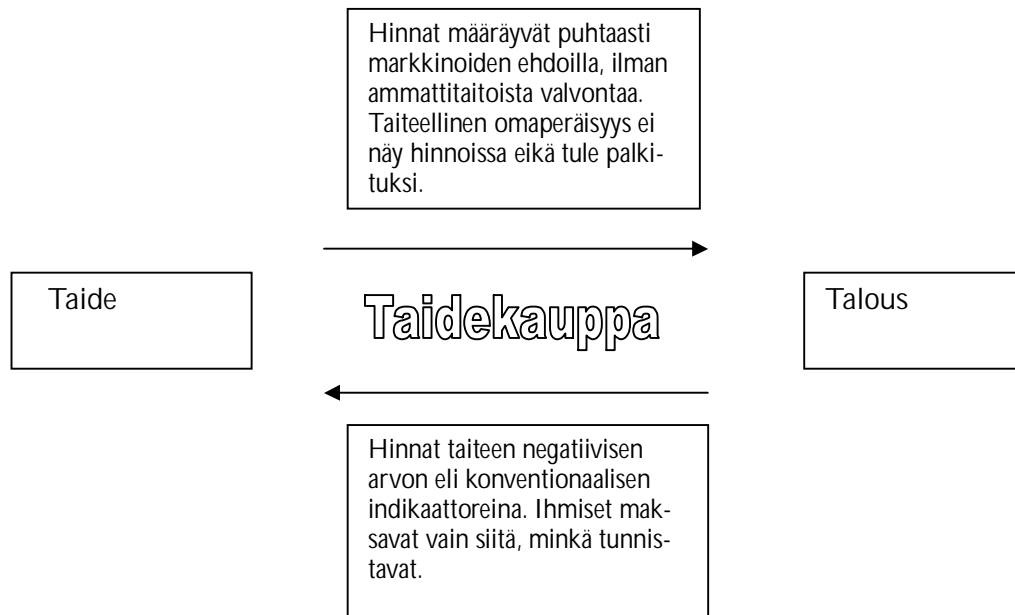
Luvussa 6 löysin muitakin keinoja paradoksin kiertämiseksi. Gallerioiden itsekuvausta tarkastelemalla sain selville, että paradoksin perimmäinen, gallerialle ominainen ratkaisu on *sosiaalinen deparadoksifikaatio* (ks. Andersen 2003c) eli paradoksin kiertäminen jäsenyyttä korostavan puheen kautta. Taiteilija sidottiin siis aineistossa galleriaorganisaation jäseneksi, vaikka galleristin ja taiteilijan välinen taloudellinen suhde viittaa enemmänkin asiakkaan (taiteilija) ja palvelun tarjoajan (galleria) väliseen suhteeseen. Vaihtoehtogallerioissa riitti löyhä *kaveripiirin* käsite, perinteisissä gallerioissa tarvittiin voimakkaampaa *perheen* käsitettä. Kovempi talous vaati siis rakkauden logiikan korostamista.

Kuten tästä yhteenvedosta voi huomata, analyysini on tehnyt näkyväksi kaksi uhkakuva. Nämä ovat talouden (1) liiallinen ja (2) liian vähäinen resonanssi taiteessa. Ensimmäinen on uhkakuva, jota galleristi on itsekuvauksessaan suuntautunut ehkäisemään. Perinteisessä galleriassa ihannetila on saavutettu, kun galleria onnistuu torjumaan liiallisen talousjohtoisuuden uhan ja turvaamaan samalla taidemarkkinoiden "puhtaan" toiminnan. Toisena, galleriakentän tilanteeseen liittyvänä uhkana näyttäytyy yksityisellä rahalla pyörivien taidemarkkinoiden kaventuminen populistishenkisiin kokeiluihin, huutokauppoihin ja marginaaliseksi jäävään vaihtoehtotoimintaan, ja sitä kautta perinteisen galleriainstituution katoaminen. Luvussa 7.1 tarkennan näitä uhkatiloja ja luvussa 7.2 pohdin, minkälainen tehtävä gallerialle on muodostunut rakenteellisenä kytkentänä kahden osajärjestelmän välillä.

7.1 Talouden liiallinen ja liian vähäinen resonanssi

Talouden liiallinen resonanssi taiteessa ilmenee populistisena kaupallisuutena, joka tähtää vain voitontavoitteluun tai näyttelytilan arkisuuden vuoksi kadottaa taiteelle olennaisen keskustelevalle luonteen. Liiallinen resonanssi on jatkuvasti läsnä taiteena, joka ei pyri konventioiden haastamiseen ja taiteelliseen omaperäisyyteen, vaan etsii vain keinoja rahavirran maksimoimiseksi. Liika talous näyttäytyy uhkana taiteen autopoiesille ainoastaan, jos sen aiheuttamat häiriöt uhkaavat vakiinnuttaa asemansa ja vaikeuttavat taiteen oman koodauksen toimintaa. Tämä olisi mahdollista, jos kaupustelijat tai liian kaupalliset galleriat korvaisivat perinteisen, taidekommunikaatiota alleviivaavan taidegallerian.

Haastatteluissa tuli selvästi esille, että taidetta ei saa myydä supermarketissa, koska puitteiden arkipäiväisyys vesittää teoksen taiteellisen arvon. Tässä analyysini tuki Olav Velthuisin (2003) tutkimustuloksia. Velthuisin mukaan taiteen hinnoittelu ja esillepano auttavat jäsentämään teosten taiteellista arvoa välittämällä symbolisia viestejä. Haastattelemani galleristit kuvailivat galleriatilaa ja taiteen esille asettamista prosessina, jolla kerrotaan myös esillä olevasta taiteesta tai annetaan taiteelle tilaa kertoa itsestään. Sekatavarakauppaomainen ympäristö olisi esteenä hintojen symbolisille viesteille, koska kaupan sekamelska tylsistyttäisi tarkkailijan mielen. Lisäksi raha-arvojen näkyvyys hintalappuina ei kannustaisi katsojaa pohtimaan teoksen syvempää arvoa – taide olisi vain kulutustuote ilman keskusteluluonteisuuttaan (vrt. KUVIO 1, sivu 16).



KUVIO 3. Talouden liiallisen resonanssin kehä.

Toisaalta haastattelemanani galleristit painottivat, ettei hyvä taide myy aina hyvissäkään puitteissa. Ajatus siitä, että huono taide myy usein hyvää taidetta paremmin oli voimakas. Suhteessa taidemarkkinoihin galleria näyttäytyi välitasona, joka kontrolloi uusimman taiteen kulutusta ja arvostusta. Molemmat esille nostamistani esimerkkitapauksista – Galleria Kenetti ja taidesupermarket Pikasso – saivat galleristit korostamaan professionsa merkitystä. Ammattitaitoisesti johdettu galleria estää taiteen luisumisen kaupalliseen populismiin. Kysyessäni määritelmää huonolle taiteelle, galleristit osoittivat pelkonsa siitä, että suuri yleisö ostaisi vain teoksia, joiden tyyli on tunnettua, mutta ilmaisu epäoriginaalia. Huono taide on laiskaa ja opportunistista eikä etsi uusia ilmaisukeinoja. Sama populismin inho näkyi aineistossa siinä, että pelättiin galleristin profession redusoitumista taidemaailman asiantuntijasta pelkäksi kaupan kassaksi.

Galleristit suojautuvat liialliselta markkinalogiikalta korostamalla vihkiytyneisyyttään taiteelle, mutta painottivat myös taloudellisen puolen ymmärrystä. Talous on galleristeille jotakin, joka on pidettävä tiukasti hallinnassa. Syy tähän voi olla taiteen oman logiikan herkkyydessä, kun se asetetaan taloudellisen logiikan rinnalle – lapsikin osaa käyttää rahaa, mutta taiteesta puhuminen vaatii sisäisten kokemusten erittelyä ja jakamista muiden kanssa. Tätä herkkyyttä lisää se, että taidejärjestelmän kommunikaatioon

osallistuminen — siis taideteosten tarkkailu — on usein aikuistenkin mielestä joutavaa. Rahan yksinkertaisuus mediumina on sen sijaan vailla vertaa, mikä selittää myös talouden tunkeutumista muille elämänalueille (luku 2.1). Liiallisen markkinavetoisuuden esittäminen taidejärjestelmässä lankeaa taidegallerian hoidettavaksi. Taidegalleria voidaan kin nähdä päätöksentekokoneena, joka tekee taidemaailman kontingenssia vähentäviä päätöksiä. Taiteilijoiden valikoituminen ja hierarkisoituminen galleriakentällä vähentää epäselvyyttä taiteen nykytilan suhteen ja auttaa osajärjestelmiä aloittamaan uusia ohjelmia ja organisaatioita tekemään uusia päätöksiä.

Moulinin (1987) ajatus galleriasta kääntäjänä taiteellisen ja taloudellisen arvon välillä on siis tutkimuksen perusteella edelleen validi. Samoin Velthuisin (2003) tutkimustulokset hintojen symbolisista merkityksistä näyttävät oikeilta: taloudella tosiaan korostetaan ja tehdään ymmärrettäväksi vaikeasti jäsennettävää taiteellista arvoa. Galleristin tehtävänä on siis taloudellisen ärsytyksen samanaikainen ennaltaehkäiseminen ja edesauttaminen.

Osajärjestelmien kannalta vaihtoehtogalleriat vetäytyvät merkittävällä tavalla gallerian perinteisestä tehtävästä, joka on yhdistää taide talouteen; kääntää taiteellinen arvo taloudelliseksi ja mahdollistaa taiteelle vanhaa mesenaattijärjestelmää laajempi yleisö. Vaihtoehtogallerioissa kyllä hinnoitellaan ja myydään teoksia, mutta markkinoita ei nähdä merkitykselliseksi toiminnan jatkuvuuden kannalta. Tämä on taiteen autopoiesia. Talous pysyy pystyssä kollektiivin tuella ja taiteilijoiden näyttelymaksuilla. Vaihtoehtogallerioiden yleistymisen tarkoittaa siis sitä, että tämänhetkinen suunta yhteiskunnassa on taiteen ja talouden välisten rakenteellisten kytkentöjen hiipuminen. Se, että tämä hiipuminen tapahtuu ensimarkkinoilla, tarkoittaa sitä, että uusin taide ei resonoi yhtä laajalti yhteiskunnassa kuin taidemarkkinoiden "parempina" aikoina³⁸. Yksi välitys — tai rakenteellinen kytkentä — on heikentynyt. Tämä on kääntöpuoli taiteen puhtaudelle taloudellisesta logiikasta — liekö sellaista taidepiireissä koskaan tavoiteltukaan, vaikka kriittisiä puheenvuoroja talouskytkennöistä esitetään säännöllisesti.

³⁸ Haastatteluiden mukaan 80-luvun loppupuoli ja 90-luvun loppupuoli olivat erityisen suotuisia aikoja gallerioiden kannalta. Jos kyse on syklistä, taidemarkkinoiden voidaan arvioida jatkavan hiipumistaan ja piristyvän jälleen 2010-luvun tienoilla.

7.2 Gallerian erityistehtävä: parasiittisuhteen kääntäminen

Ensimmäisessä tutkimuskysymyksessä kysyin, millä tavalla galleria ratkaisee taiteen ja talouden vaikean yhteensovittavuuden. Ongelma tuskin on relevantti galleristien näkökulmasta eikä sitä siten tietoisesti edes ratkaista. Kyse on systeemitason ongelmasta, jonka galleristit sulkeistavat ulos työnsä arjessa. He ovat oppineet toimimaan sen kanssa. Tästä huolimatta talouden ja taiteen jännite oli aineistossa läsnä. Taidegalleria perustuu taiteen tarkastelemiseen talouden näkökulmasta, mutta haastatteluissa asia hahmotui päinvastoin: galleria jäsentää taloutta taiteen näkökulmasta, asettaen taiteen koodauksen etusijalle. Asia on suoraan ilmaistavissa Bourdieun rakenteellisen kaksoispelin käsitteellä, kuten luvussa 5.4 tuli ilmi. Galleristit puhuivat sitä enemmän taiteesta taiteen kautta, mitä enemmän haastattelu eteni koskemaan taloudellisia seikkoja. Ajoittain taiteen myymistä ja kaupallisuutta koskevat kysymykset saivat haastateltavat jopa hermostumaan. Taiteen kaupallisuus oli tabu, varsinkin kun kyse oli oman gallerian toiminnasta.

Gallerioiden tapauksessa rakenteellisen kaksoispelin käsite yksinkertaistaa asioita liiaksi. Se esittää galleristin tietoisena pelaajana systeemien välillä. Galleristi kyllä reflektoi taloudellisen ja taiteellisen arvon suhdetta, mutta pääasiassa myydäkseen tauluja ja saadaakseen arvostusta taiteen kentällä. Tässä pelissä galleristi ei suoranaisesti tähtää siihen, mikä on pelin funktio suhteessa osajärjestelmiin – siis koodausten yhteensopimattomuuden peittämiseen. Luhmannilaisen sosiologian käsittein ilmaistuna rakenteellinen kaksoispeli voidaan ilmaista koodausten parasiittisena suhteena (ks. Andersen 2003b). Parasiitin (ks. Serres 1982; Brown 2004) käsite on tullut jo esille, mutta tässä kohtaa sitä on syytä avata enemmän. Se on biologiasta lainattu käsite, jolla on havainnollistavaa voimaa myös sosiaalisia suhteita kuvailtaessa. Parasiitti on loinen – vieras, joka ottaa antamatta takaisin. Se ilmenee häiriönä isäntäsystemin operaatioissa, mutta kykenee imitoimaan systeemiä niin, että se ei tule hyljityksi. Isäntäsystemi tottuu parasiittiin ja tulee siten toisen asteen parasiitiksi. Esimerkiksi massamedioiden yleisöt ovat parasiitteja, ulossuljettuja kolmansia, jotka ammentavat medioista. Parasiitista eli yleisöstä tuleva häiriö kääntyy massamediassa viesteiksi ja media tulee parasiitiksi parasiitille (Luhmann 2000b, 61).

Tärkeää ei ole parasiitin nimeäminen, vaan parasiittisuhteiden limittäisyyden ja dynamiikan tarkasteleminen (ks. Serres 1982, 3–14). Taiteen ja talouden välinen kommuni-

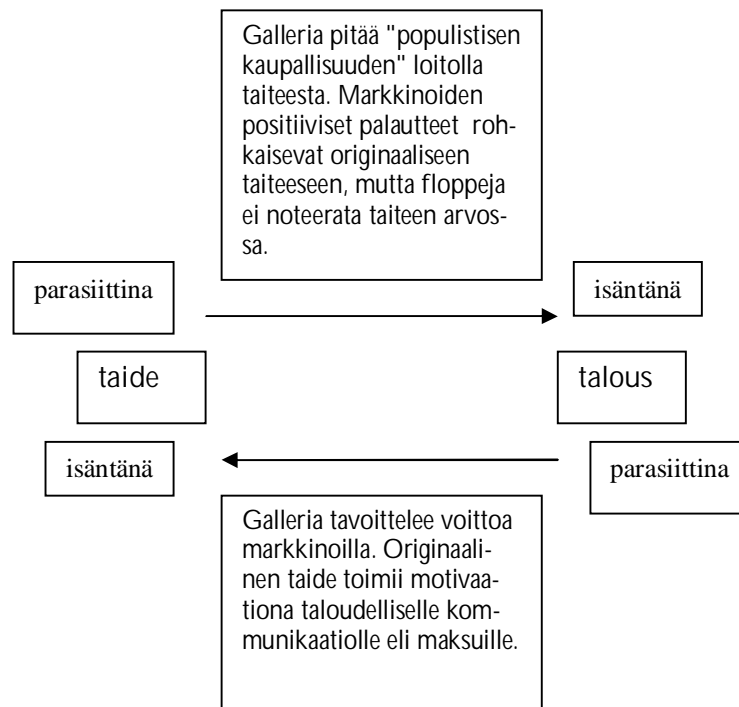
kaatio tulee mahdolliseksi vasta, kun osajärjestelmien välinen kohina voimistuu ja muuttuu molempien järjestelmien ymmärtämäksi asiaksi, taidekaupaksi. Gallerioiden näkökulmasta juuri galleria on taidekaupan oikea muoto. Huutokauppa tuhoaa kontekstin ja ilman galleristia kaupattava taide ei välity selkeästi taide-elämyksiksi. Taidegalleria käyttää originaalisen taiteen ideaa talouden pyörittämiseen ja edesauttaa siten talouden parasitiivisuutta taiteeseen. "Myydessään taiteilijaa" ja pitäessään kirjaa tämän teosten hinnoista, galleristi käyttää taloutta taiteen esille tuomiseen. Taiteilijan maine kasvaa hintojen noustessa. Nämä suhteet säilyvät salassa toisiltaan gallerian kaksoispuheen ansiosta. Kumpikin järjestelmä sulkeutuu omaan maailmaansa eivätkä ne oikeastaan kohta.³⁹ Samalla ymmärtää, että galleriat joutuvat kilpailemaan erikseen taiteellisella ja taloudellisella tasolla. Taiteellinen kilpailu on toisen asteen kilpailua, joka käydään taloudellisista voitoista välittämättä, ja jonka tavoitteena on saada taidekenttä luotamaan galleriaan. Galleria joutuu siis jarruttelemaan ensimmäisen asteen kilpailua – kilpailua markkinoilla – säilyttääkseen arvostuksensa taiteen kentällä.

Luhmannilaisesta näkökulmasta katsottuna on selkeintä puhua osajärjestelmien koodauksellisista parasitiivisuhteista (Andersen 2003b, 179). Taiteen ja talouden tapauksessa parasitiivinen suhde on molemminpuolinen ja sen suunta riippuu siitä, havainnoidaanko gallerioiden ensimmäisen vai toisen asteen tarkkailua, siis gallerian kommunikaatiota taidemarkkinoilla vai gallerian kommunikaatiota sen omasta toiminnasta. Yksityinen taidegalleria on organisaatio, joka pyrkii ensisijaisesti uusintamaan toimintaedellytyksensä markkinoilla. Gallerian markkinalähtöisyys kuitenkin peittyi, kun galleria kommunikoi toiminnastaan – kyse onkin siitä, että markkinoilta otetaan palautetta vain valikoiden: taloudelliset menestykset ja tappiot ovat merkityksellisiä taidekentällä käydyn keskustelun kannalta vain, mikäli taidemaailma näin päättää. Gallerian toisen asteen kommunikaatiossa taide asettuu siis loiseläjäksi talouteen, josta se imee ravintoa, mutta josta se pysyy irrallisena kokonaisuutena⁴⁰. Samaan aikaan tapahtuu tämän kommunikaation kanssa ristiriidassa olevaa kommunikaatiota eli taidekauppaa: galleristin ensimmäisen asteen kommunikaatiossa galleria osallistuu talousjärjestelmään havainnoi-

³⁹ Tämän takia on mielekkäämpää puhua parasitiivisuhteesta kuin symbioottisesta suhteesta. Järjestelmät eivät ole riippuvaisia toisistaan, vaikka ne vaikuttavatkin toisiinsa yhteiskunnan rakenteiden välityksellä.

⁴⁰ Toisen asteen havainnointi on havainnoinnin havainnointia. Tarkkailija ei koskaan voi nähdä sitä, mitä hän ei näe. Havainnoija ei koskaan näe itseään näköpiirissään. Havainnointiprosessin tarkkailu eli toisen asteen havainnointi aiheuttaa aina kuvan muuttumisen niin, että todellinen ensimmäisen asteen havainnointi jää tavoittamatta, sillä havainnoija itse on vaihtanut paikkaa ja puuttuu siten kuvasta. (Luhmann 2004, 60–66; 1995b.)

malla taidetta maksukykyensä uudistajana. Kommunikaatio voi siis asettua kahteen toisilleen nurinkuriseen parasiittiseen suhteeseen sen mukaan, onko kyse ensimmäisen vai toisen asteen havainnoinnista.



KUVIO 4. Taiteen ja talouden käänteiset parasiittisuhteet.⁴¹

Galleristien toisen asteen kommunikaatiossa taide hyödyntää talouden resursseja – markkinoiden liike-energiaa – itsekäästi omiin tarkoituksiinsa. Taiteen parasiittisuhte taloudessa hahmottuu galleriassa taidekommunikaation ihannetilaksi. Ihannetila ilmenee, kun galleria tarkkailee omaa kommunikaatiotaan – siis siirtyy tavanomaisen havainnointinsa ulkopuolelle tarkkailemaan tätä havainnointia ja omaa ympäristösuhdettaan. Taiteen tasolla kyse on siitä, miten taide hyödyntää taloutta yhteiskunnallisen resonanssin ja oman autopoieesinsa kiihdyttäjänä. Kun galleristi asettuu puhumaan taiteen kautta, talous ikään kuin sidotaan liekaan, sen sisäänpääsyä rajoitetaan. Gallerian kautta taidekommunikaatio hyödyntää taloutta motivaation tasolla: taloudelliset voitot

⁴¹ Lienee syytä muistuttaa, että Kuvio 4 kuvaa historiaan ja järjestelmäkommunikaatioon perustuvaa oskillointia, joka ei ole toimijoiden hallinnassa. Galleristit eivät, ainakaan suoraan, reflektoi toimintaansa tällaisen mallin mukaisesti.

ovat tulkittavissa taiteelliseksi voitoiksi ja niiden avulla taiteen oman koodin käyttö helpottuu. Flopanneen näyttelyn taas ei anneta masentaa, vaikka se herättääkin hetkellistä katkeruutta. Taiteen ensisijaisena motivaationa ei saa olla raha, vaan "parempi taide" kulloisessakin merkityksessään. Taloutta voisi kuvailla lisäravinnoksi, joka kiihdyttää ulkopuolelta taiteen omaa autopoieesia – siis toimii eräänlaisena katalysaattorina. Varsinaista normaalitilaa ei sosiaalisten systeemien teorian näkökulmasta ole olemassakaan, mutta patologioita voidaan paikantaa. Tällainen on myös – gallerian näkökulmasta – vaikutussuhteiden liiallinen yksipuolisuus.

Koska perinteisen gallerian yritysmuoto edellyttää, että taidetta tarkastellaan talouden kautta, taiteen on oltava tuote, jolla kyseinen yritys uusintaa asemansa markkinoilla. Tämä on ristiriidassa taiteen ensisijaisuutta koskevan vaatimuksen kanssa. Vaihtoehtogalleristit ottivat tämän seikan toisinaan esille (ks. luku 6.2) kuvaillessaan perinteisten ja vaihtoehtogallerioiden eroja. Keskitason galleriat ja managerigalleriat puhuivat asiasta vain kysyttäessä ja korostivat tuolloin galleriainstituution mahdollistamaa kontrolloivaa suhdetta talouteen. Konkreettisena takeena ihannetilän säilymiselle oli galleristin professio, joka kuvattiin ammattitaitona ja galleristin persoonaan kohdistuvana luottamuksena taidemaailman sisällä. Vaihtoehtogallerioiden tapauksessa yhdistys- ja osuuskuntamuodot eivät tuo painetta toimia markkinoilla, vaan ovat pikemminkin voitontavoittelun esteinä. Yhdistyksille ja osuuskunnille on laissa määrätty tietyt tulorajat, jotka eivät saa ylittyä.

Vaihtoehtogallerian tasolla taide pysyy ensisijaisena koodauksena, mutta miten on taiteilijoiden laita? Luvussa 6 tuli ilmi, kuinka taidegalleriat hahmottavat taiteilijat osaksi galleriaorganisaatiota sen sijaan, että puhuisivat taiteilijoista asiakkaina. Riippuen galleriamuodosta taiteilijoista puhuttiin joko perheen tai ystävyysuhteen kehyksessä. Tällä tavalla galleria varaa itselleen oikeuden puhua taiteen kielellä: sulkemalla tuotteen ja sen tekijät sisälleen kommunikaation tasolla. Yleisellä tasolla taiteilijan inkluusio galleriaan on jälkimmäisen ankkuroitumista taidejärjestelmään. Käänteiset parasiittisuhteet ovat gallerian tapa kiertää ristiriitaisten koodausten aiheuttama paradoksi, joka uhkaa gallerian rationaalista toimintaa. Viime kädessä esteettisen ja taloudellisen arvon samaistaminen kierretään kuitenkin sosiaalisella deparadoksifikaatiolla – siis taiteilijoiden sulkemisella organisaation jäseniksi sen sijaan, että he olisivat ulkopuolelta tulevia asiakkaita,

kuten asian voisi myös nähdä. Sosiaalinen deparadoksifikaatio vahvistaa gallerian asemaa taidejärjestelmän sisäisenä ja legitiiminä toimijana.

Intiimien suhteiden korostamisen voi nähdä palvelevan myös kadonneen systeemi luottamuksen paikkaamisena henkilöiden välisellä luottamuksella (ks. Jalava 2006, 26). Luottamus on tapa purkaa toimintaan liittyvää kontingenssia, kun varmempia keinoja epävarmuuden purkamiseksi ei ole näkyvillä. Haastatteluaineistosta tuli tasaisesti ilmi, että ensimmäisen asteen taidemarkkinat, siis ensikertaa myytävien teosten markkinat, käyvät Suomessa heikolla teholla. Taiteen ostamisen hiipuminen ja uusien taiteilijoiden valmistuminen on aiheuttanut sen, että uutta taidetta on suhteellisen vaikea saada liikkeelle. Heikoilla taidemarkkinoilla galleristi ei kykene tekemään parasittista kytkentää talouteen, vaan joutuu korostamaan läheisiä välejään taiteilijoihin. Tämä ilmenee varsinkin perinteisissä gallerioissa, mutta myös vaihtoehtoisissa. Modernisoituneen perheen tavoin galleria näyttäisi siis käpertyvän "rakkauden logiikkaan" alkuperäisen tehtävän hiipuesssa. Taiteilijoita tämä tuskin auttaa. Taiteilijahan pyrkii gallerian kautta osalliseksi paitsi taiteelliseen keskusteluun, myös talousjärjestelmän toimintaan – siis ansaitsemalla ja käyttämällä rahaa. Tulevaisuus näyttää, jääkö taiteilija yhä enemmän politiikan osajärjestelmän ja sen alajärjestelminä toimivien organisaatioiden varaan, vai kehittykö uusi yrittäjätaiteilija, joka markkinoi itseään. Jos suuntana on politiikan lisääntyminen, taidemaailma on vaarassa muuttua yhä keskusjohtoisemmaksi. Poliitiikan hyvää tarkoittavat interventiot muihin järjestelmiin tuottavat usein arvaamattomia seurauksia – jopa silloin, kun niiden tarkoituksena on tukea järjestelmien autonomiaa.

7.3 Loppusanat: taide keskusteluna ja kauppatavarana

Tämän tutkielman lähtökohtana oli ajatus, että taidegallerian on ratkaistava omalta osaltaan taiteen ja talouden välinen, jännitteiseksi muodostunut suhde. Jokainen galleria joutuu tekemään oman päätöksensä siitä, missä määrin taide saa olla tekemisissä talouden kanssa.

Esitin tutkielmassani kolme pääkysymystä: (1) miten taiteellisen ja kaupallisen raja piirittyy galleristien puheessa; (2) missä määrin vaihtoehtogallerioiden ja perinteisten gallerioiden puhe taiteesta ja siihen liittyvästä kaupallisuudesta eroavat toisistaan; ja (3) mikä

on gallerian suhde talouden ja taiteen osajärjestelmiin funktionaalisesti eriytyneessä yhteiskunnassa?

Taiteen ja talouden välinen ongelma tuli näkyväksi, kun galleristit puhuivat taiteellisen sisällön ja taloudellisen arvon välisestä suhteesta sekä niiden kääntämisestä. Löysin *taiteen tuotteistamisen paradoksin* eli arvojen välisen riippumattomuuden, joka sai gallerian toiminnan näyttämään mielivaltaiselta. Arvot eivät useinkaan kääntyneet gallerian toivomalla tavalla. Toiminta pysyi kuitenkin mielekkäänä, sillä paradoksi kierrettiin puheessa sulkemalla taiteilijat samaan veneeseen gallerian kanssa – vastuu taiteilijan menestyksestä kentällä kannetaan yhdessä ja galleristi ankkuroituu turvallisesti taiteen puolelle. Todellisuudessa galleristi ja taiteilija eivät useinkaan ole samassa veneessä, koska galleristi saa valtaosan tuloistaan taiteilijoiden maksamista näyttelymaksuista, ei siis näyttelyistä myytävistä tauluista, jotka ovat taiteilijan tulonlähde. Gallerian tavasta esittää suhde taiteilijaan erottamattomana voidaan käyttää nimitystä *sosiaalinen deparadoksifikaatio*. Sillä galleria alleviivaa olevansa ensisijaisesti taidekentän, ei markkinoiden, toimija. Yritysmuotoisissa gallerioissa talous on lähempänä ja suhteita taiteilijoihin korostettiin enemmän. Vaihtoehtogallerioissa riittää löyhempi versio, jossa taiteilijalla ja galleristilla ei ole auktoriteettia suhteessa toisiinsa.

Analyysini paljasti myös kaksi uhkatilaa, joiden kautta galleriat peilasivat omaa toimintaansa. Nämä olivat rahan liiallinen ja liian vähäinen vaikutus taiteen kentällä. Luhmanilaisittain kyse on talouden liiallisesta ja liian vähäisestä resonanssista taiteen järjestelmässä. Gallerian erityistehtäväksi rajautuikin näiden uhkatilojen torjuminen kääntämällä huomiota taiteeseen. Käytin tästä nimitystä *parasiittisuhteen kääntäminen*, koska kyse on taiteen keskelle tuodun taloudellisen logiikan naamioimisesta taidemaailman omaksi logiikaksi. Tämä torjuminen tapahtuu eufemistisen kielen tasolla haastatteluissa, mutta myös galleristien arjessa ja galleriatilan olemuksessa. Raha tuodaan taiteeseen mielellään, mutta kommunikaatiossa energia käytetään taiteen korostamiseen. Gallerialle asettuu sama vaatimus kuin taiteilijalle: mikään – varsinkaan talous – ei saa tulla taiteen tekemisen tielle. Tämä tekee yritysmuotoisen gallerian toiminnasta erityisen haasteellista.

Jos yhteiskuntaa tarkastellaan kommunikaatiosta koostuvana järjestelmänä, gallerian funktio ei ole suoranaisesti arvojen kääntäminen saati talouden estäminen. Sen tehtävä

on pikemminkin huomion ohjaaminen positiivisiin asioihin ratkaisemattoman ristiriidan edessä. Tällä tavalla perinteinen taidegalleria toimii rakenteellisena kytkentänä talouden ja taiteen osajärjestelmien välillä. Samalla sen suurin haaste on päättää siitä, milloin operoida milläkin koodilla. Vaihtoehtogallerialla tätä haastetta ei ole, koska talous ja sen tuoma populistisen kaupallisuuden uhka ovat suurelta osin poissa. Yhteiskuntakokonaisuuden kannalta myyntivastuun poistaminen gallerialta tarkoittaa kuitenkin kahta uutta uhkaa. Ensinnäkin taiteilijoilla on suurempi paine ajatella taloutta taiteen tekemisen yhteydessä. Tämä saattaa johtaa sisällöllisesti heikkoon taiteeseen niiden taiteilijoiden piirissä, joille taide on ensisijainen tulonlähde.

Toiseksi taide ei resonoi niin laajasti yhteiskunnassa kuin se resonoi esimerkiksi taide-markkinoiden huippuaikoina 80-luvulla. Taidegalleria alkaa olla yhä enemmän pelkkä näyttelytila sen sijaan, että se ohjaisi taiteesta kiinnostuneen kansanosan rahoja taiteen tekijöille. Nykytilan jatkuessa taiteilijat ajautuvat taloudellisesti yhä ahtaammalle, apurahojen piiriin ja siten valtiollisen kontrollin alaisiksi. Taidejärjestelmän ja yhteiskunnan kannalta olisi tärkeää, että taide saisi olla paitsi keskustelua myös kauppatavaraa. Tämä tuskin olisi mahdollista ilman gallerian kaltaisia — äärimmäisen hienovaraisia — markkinayhteyksiä.

Lähteet:

- Alasuutari, Pertti (2001): *Johdatus yhteiskuntatutkimukseen*. Helsinki: Gaudeamus.
- Albertsen, Niels & Diken, Bulent (2004): Artworks' Networks. Field, System or Mediators? *Theory, Culture & Society* 21 (3), 35–58.
- Andersen, Niels Åkerstrøm (2000): Public Markets –Political Firms. *Acta Sociologica* 43(1).
- Andersen, Niels Åkerstrøm (2003a): *Discursive Analytical Strategies: Understanding Foucault, Koselleck, Laclau, Luhmann*. Bristol: Policy Press.
- Andersen, Niels Åkerstrøm (2003b): Polyphonic Organisations. Teoksessa Tore Bakken & Tor Hernes (toim.): *Autopoietic Organization Theory. Drawing on Niklas Luhmann's Social Systems Perspective*. Oslo: Abtakt, Liber, Copenhagen Business School Press.
- Andersen, Niels Åkerstrøm (2003c): Undecidability of decision. Teoksessa Tore Bakken & Tor Hernes (toim.): *Autopoietic Organization Theory. Drawing on Niklas Luhmann's Social Systems Perspective*. Oslo: Abtakt, Liber, Copenhagen Business School Press.
- Arnoldi, Jakob (2001): Niklas Luhmann. An Introduction. *Theory, Culture & Society* 18(1), 1–13.
- Baecker, Dirk (2006): The Form of the Firm. *Organization: The Critical Journal on Organization, Theory and Society* 13(1): 109–142.
- Bakken, Tore & Hernes, Tor (toim.) (2003): *Autopoietic Organization Theory. Drawing on Niklas Luhmann's Social Systems Perspective*. Oslo: Abtakt, Liber, Copenhagen Business School Press.
- Becker, Howard S. (1982): *Art Worlds*. Berkeley: University of California Press.

Beck, Ulrich (1990): *Riskiyhteiskunnan vastamyryt. Organisoitu vastuuttomuus*. Tampere: Vastapaino.

Beck, Ulrich; Beck-Gernsheim, Elisabeth (1995): *The Normal Chaos of Love*. Cambridge: Polity Press.

Berger, John (1991): *Näkemisen tavat*. Suom. Mirja Rutanen. Helsinki: Love Kirjat.

Bourdieu (1998): *Järjen käytännöllisyys*. Toiminnan teorian lähtökohtia. Tampere: Vastapaino.

Bourdieu, Pierre (1993): *The Field of Cultural Production. Essays on Art and Literature*. Cambridge: Polity Press.

Bourdieu, Pierre & Darbel, Alain (1990 [1966]): *The Love of Art. European Museums and their Public*. Cambridge: Polity Press.

Bourdieu, Pierre & Wacquant, Loïc (1995): *Refleksiiviseen sosiologiaan*. Tutkimus, käytäntö ja yhteiskunta. Joensuu University Press.

Bourdieu, Pierre (2005 [1992]): *The Rules of Art. Genesis and Structure of the Literary Field*. Cambridge: Polity Press.

Brown, Steven D. (2002): Michel Serres: Science, Translation and the Logic of the Parasite. *Theory, Culture & Society* 19 (3), 1–27.

Brown, Steven D. (2004): Parasite Logic. *Journal of Organizational Change Management* 17(4), 383–395.

Bystryn, Marcia (1978): Art Galleries as Gatekeepers: The Case of The Abstract Expressionists. *Social Research* 45, 390–408.

Bätschmann, Oskar (1997): *The Artist in the Modern World: The Conflict Between Market and Self-Expression*. New Haven: Yale University Press.

Clam, Jean (2000): System's Sole Constituent, the Operation: Clarifying a Central Concept of Luhmannian Theory. *Acta Sociologica* 43 (1): 63–79.

Crowther, Paul (1994): Sociological Imperialism and the Field of Cultural Production: The Case of Bourdieu. *Theory, Culture & Society* 11(1), 155–169.

Eskola, Jari & Suoranta, Juha (1998): *Johdatus laadulliseen tutkimukseen*. Tampere: Vastapaino.

Habermas, Jürgen (2006 [1962]): *Julkisuuden rakennemuutos*. Vastapaino.

Ilmonen, Kaj (1998): Uudet ja vanhat yhteiskunnalliset liikkeet. Teoksessa Kaj Ilmonen & Martti Siisiäinen (toim.): *Uudet ja vanhat yhteiskunnalliset liikkeet*. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.

Jalava, Janne (2006): *Trust as a Decision. The Problems and Functions of Trust in Luhmannian Systems Theory*. University of Helsinki, Faculty of Social Sciences.

Jyrämä, Annukka (2002): Contemporary Art Markets – Structure and Actors: A Study of Art Galleries in Finland, Sweden, France and Great Britain. *International Journal of Arts Management*. Vol. 4 No. 2, 50–65.

Jyrämä, Annukka (1999): *Contemporary Art Markets: Structure and Practises – A Study on Art Galleries in Finland, Sweden, France, and Great Britain*. Helsinki School of Economics. Väitöskirja.

Jönnhill, Jan Inge (2003): Communication with Decisions as Medium and Form – Some Notes on Niklas Luhmann's Theory of Organization. Teoksessa: Tore Bakken & Tor Hernes (toim.): *Autopoietic Organization Theory. Drawing on Niklas Luhmann's Social Systems Perspective*. Oslo: Abstrakt, Liber, Copenhagen Business School Press.

- Kangas, Risto (2006): *Yhteiskunta. Tutkielmia yhteiskunnasta, yhteiskuntakäsitteestä ja sosiologiasta*. Helsinki: Tutkijaliitto.
- Kangas, Risto (1996): Niklas Luhmannin (postmoderni ?) superteoria. Teoksessa Keijo Rahkonen (toim.): *Sosiologisen teorian uusimmat virtaukset*. Helsinki: Gaudeamus.
- Laermans, Rudi (1997): Communication on Art, or the Work of Art as Communication? Bourdieu's Field Analysis Compared with Luhmann's Systems Theory. *Canadian Review of Comparative Literature* Vol. 24, Issue 1.
- Laitinen–Laiho, Pauliina (2003): *Taide sijoituskohteena*. Helsinki: WSOY.
- Layder, Derek (1998): *Sociological Practice: Linking Theory and Social Research*. London, UK: Sage Publications.
- Lee, Daniel E. (2000): The Society of Society: The Grande Finale of Niklas Luhmann. *Sociological Theory* 18(2), 320–330.
- Liedeman, Adam (2006): *Collecting Contemporary*. Taschen.
- Linko, Maaria (1998): *Aitojen elämysten kaipuu. Yleisön kuvataiteelle, kirjallisuudelle ja museoille antamat merkitykset*. Jyväskylän yliopiston nykykulttuurin tutkimusyksikön julkaisu n:o 57.
- Luhmann, Niklas (1995a): *Social Systems*. Stanford, CA: Stanford University Press.
- Luhmann, Niklas (1995b): The Paradox of Observing Systems. *Cultural Critique* (Fall).
- Luhmann, Niklas (2000a): *Art as a Social System*. Engl. Eva M. Knodt. Stanford, California: Stanford University Press.
- Luhmann, Niklas (2000): *The Reality of the Mass Media*. CA: Stanford University Press.
- Luhmann, Niklas (2004): *Ekologinen kommunikaatio*. Helsinki: Gaudeamus.

Luhmann, Niklas (2003): Organization. Teoksessa: Tore Bakken & Tor Hernes (toim.): *Autopoietic Organization Theory. Drawing on Niklas Luhmann's Social Systems Perspective*. Oslo: Abtakt, Liber, Copenhagen Business School Press.

Luhmann, Niklas (1986): *Love as Passion. The Codification of Intimacy*. Cambridge: Polity Press.

Lytard, Jean-Francois (1989): Vastaus kysymykseen: mitä postmoderni on? Suomentanut Matti Berger. Teoksessa Jussi Kotkavirta ja Esa Sironen (toim.): *Moderni/Postmoderni. Lähtökohtia keskusteluun* (2. painos). Helsinki: Tutkijaliitto.

Miller, Max (1994): Intersystemic Discourse and Co-ordinated Dissent: A Critique of Luhmanns Concept of Ecological Communication. *Theory, Culture & Society* 11(2), 101–121.

Mingers, John (2003): Observing Organizations: An Evaluation of Luhmann's Organization Theory. Teoksessa: Tore Bakken & Tor Hernes (toim.): *Autopoietic Organization Theory. Drawing on Niklas Luhmann's Social Systems Perspective*. Oslo: Abtakt, Liber, Copenhagen Business School Press.

Moulin, Raymonde (1987 [1967]): *The French Art Market: A Sociological View*. New Brunswick: Rutgers.

Nassehi, Armin (2005): Organizations as decision machines: Niklas Luhmann's theory of organized social systems. Teoksessa: Campbell Jones & Rolland Munro (toim.): *Contemporary Organization Theory*. Oxford: Blackwell.

Noro, Arto (2000): Aikalaisdiagnoosi sosiologisen teorian kolmantena lajityyppinä. *Sosiologia* 37(4), 213–261.

Raiski, Seppo (2004): Suomentajan alkusanat. Teoksessa: Luhmann, Niklas (2004): *Ekologinen kommunikaatio*. Helsinki: Gaudeamus.

- Rantala, Kati (2006): *"Ite pitää keksii se juttu": Tutkimus kuvataidekasvatuksen ja kasvatettavan kohtaamisesta*. Väitöskirja. Helsingin yliopiston sosiologian laitos.
- Seidl, David & Becker, Kai Helge (2006): Organizations as Distinction Generating and Processing Systems: Niklas Luhmann's Contribution to Organization Studies. *Organization* 13(1), 9–35.
- Serres, Michel (1982): *The Parasite*. Baltimore: Johns Hopkins University Press.
- Sevänen, Erkki (1998): *Taide instituutiona ja järjestelmänä. Modernin taide-elämän historiallissosiologiset mallit*. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.
- Sevänen, Erkki (2001): Art as an Autopoietic Sub-System of Modern Society. A Critical Analysis of the Concepts of Art and Autopoietic Systems in Luhmann's Late Production. *Theory, Culture & Society* 18 (1), 75–103.
- Siisiäinen, Martti (1998): Uusien ja vanhojen liikkeiden keinovalikoimat. Teoksessa Kaj Ilmonen & Martti Siisiäinen (toim.): *Uudet ja vanhat liikkeet*. Tampere: Vastapaino.
- Simmel, Georg (2005): *Suurkaupunki ja moderni elämä*. Helsinki: Gaudeamus.
- Spengler, Oswald (1919): *Länsimaiden perikato. Maailmanhistorian morfologian ääriveriivoja*. Helsinki: Kirjayhtymä, 1961.
- Stähle, Pirjo (2004): *Itseuudistumisen dynamiikka — systeemiajattelu kehitysprosessien ymmärtämisen perustana*. Teoksessa Näkymätön näkyväksi: Avauksia kehitysprosessien näkymättömän dynamiikan tutkimukseen. Markku Sotarauta ja Kati-Jasmin Kosonen (toim.) Tampere University Press.
- Throsby, David (1994): The Production and Consumption of the Arts: A View of Cultural Economics. *Journal of Economic Literature* 32(1), 1–29.
- Thyssen, Ole (2003): Luhmann and management: A critique of the management theory in Organisation und Entscheidung. Teoksessa: Tore Bakken & Tor Hernes

(toim.): *Autopoietic Organization Theory. Drawing on Niklas Luhmann's Social Systems Perspective*. Oslo: Abstrakt, Liber, Copenhagen Business School Press.

Weber, Max (1968, [1922]): *Economy and Society*. An Outline of Interpretative Sociology. Toim. Gunther Roth & Claus Wittich. New York: Bedminster Press.

Weber, Max (1989): *Maailmanuskonnot ja moderni länsimainen rationaalisuus. Kirjoituksia uskonnon sosiologiasta*. Suom. Tapani Hietaniemi. Tampere: Vastapaino.

Velthuis, Olav (2003): Symbolic Meanings of prices: Constructing the value of contemporary art in Amsterdam and New York galleries. *Theory and Society* 32, 181–215.

Velthuis, Olav (2005): *Talking Prices: Symbolic Meanings of Prices on the Market for Contemporary Art*. Princeton University Press.

Virtanen, Mikko J. (2007): *Refleksiivisen modernisaation teoria: Ulrich Beckin aikalaisdiagnosi yhteiskuntateorian*. Helsingin yliopiston sosiologian laitos. Pro gradu -tutkielma.

Vos, Jan-Peter (2005): Developing strategic self-descriptions of SMEs. *Technovation* 25 (2005) 989-999.

Wolfe, Cary (2007): Introduction to the New Edition. Bring the Noise: The Parasite and the Multiple Genealogies of Posthumanism. Teoksessa: Michel Serres: *The Parasite*. Baltimore: Johns Hopkins University Press.

Internet- ja lehtiartikkelit:

<http://www.galleriat.net/galleristit/>

Anarkistit galleristit. City 6/2006.

Galleristi jr. Ylioppilaslehti 8/2005.

Mitä taide oikein maksaa –ja miksi? Helsingin Sanomat 23.1.2007.

Hinta kertoimen mukaan. Helsingin Sanomat 23.1.2007.

Talon valtaajat. Muoto 3/2005.

Vaihtoehtoääni hiljenee Punavuoressa. Helsingin Sanomat 15.11.2006.

Onko galleriatoiminnalla vaihtoehtoja? Taide 6/2006.

Art goes marketti. Markkinointi & Mainonta 30.8.2006.

LIITE 1

Suostumus tutkimushaastatteluun

Suostun haastateltavaksi tutkimukseen ”Kaksoisagenttina taiteen kentällä – Galleristit talouden ja taiteen yhdistäjinä”. Annan luvan siihen, että haastattelut nauhoittanut Antti Hyrkäs käyttää haastatteluissa luovuttamiani tietoja gallerioita koskevassa tutkimuksessaan ja siitä julkaistavassa raportissa. Tutkija on sitoutunut säilyttämään henkilöllisyyteni ja galleriani nimen salaisena ja kohtelemaan luovuttamiani tietoja luottamuksellisesti, tutkijan eettisiä sääntöjä ja asiasta säädettyjä lakeja noudattaen. Tutkimuksen raportointi toteutetaan niin, että siitä on vaikea tunnistaa yksittäisiä henkilöitä.

Päiväys: _____

Allekirjoitus: _____

Nimen selvennys: _____

Kunnioittavasti,

Antti Hyrkäs
Sosiologian laitos
Helsingin yliopisto
antti.hyrkas@helsinki.fi

Ohjaaja:
Maaria Linko
Yliopistonlehtori, Avoin yliopisto
Valtiotieteiden tohtori, sosiologisen kulttuurintutkimuksen dosentti
puh: 191 23888
maaria.linko@helsinki.fi

LIITE 2

Haastattelurunko managerigallerioita ja keskitason gallerioita varten

Galleria

- Miten sinusta tuli galleristi?
- Mitä pidät työstäsi?
- Onko se hyvää bisnestä?
- Minkälaista on kilpailu muiden gallerioiden kanssa?
- Onko taiteen myymisessä/markkinoinnissa jotain kikkoja?
- Mikä tekee hyvän galleristin?
- Mihin joudut galleristina kiinnittämään huomiota taiteessa?
- Mitkä seikat vaikuttaa tietyn taiteilijan valintaan?
- Onko nuoria? Millä perusteilla debytoivia valitaan?

Taiteilijat

- Montako taiteilijaa gallerianne listoilla on?
- Minkälainen sopimus galleriallasi on taiteilijoiden kanssa, pääpiirteissään?
- Kuka kantaa taloudellisen riskin?
- Tasapaino debyyttien ja konkareiden välillä?
- Peritkö taiteilijoilta vuokraa? Vai pelkkä provikka?
- Miksi Suomessa on vuokragallerioita? Onko näin hyvä?
- Mitä taiteilijoiden kanssa asioiminen on?
- Tuleeko koskaan erimielisyyksiä?
- Miten hinnoittelu sujuu?
- Kuinka paljon oikealla hinnoittelulla voi tehdä myynnin edistämiseksi?
- Mitä galleristi toivoo tai odottaa taiteilijoiltaan?
- Mitä galleristi on taiteilijalle?
- Mikä on galleristin rooli taidekentällä?

Taidemarkkinat

- Mistä galleria löytää asiakkaita? Miten keräilijöihin ja museoihin pidetään yhteyttä?
- Kuinka hyvin voi ennustaa, minkälainen näyttely myy ja mikä ei?

- Onko mitään esimerkkejä taloudellisesti onnistuneista ja epäonnistuneista näyttelyistä?
- Yritätkö koskaan ajatella taiteilijoiden markkina-arvoa tai kiinnostavuutta ostajalle?
- Minkä seikkojen luulet olevan tärkeitä taiteilijan markkina-arvoa ajatellen?
- Mitkä ovat olleet gallerianne parhaimpia näyttelyitä?
- Onko galleristien välillä kilpailua? Taiteilijoista ja siitä saako taiteilijan arvon nousemaan?
- Tiedätkö Galleria Kari Kenetin, joka joutui lopettamaan? Mitä tapaus Kenetti mielesi kertoo taidemarkkinoista?
- Kuinka hyvin taiteellinen rohkeus kulkee käsi kädessä bisnespuolen kanssa?
- Mitä mieltä olit taidesupermarket Pikassosta? Kertooko se jotain markkinoista?

Erilaiset galleriat

- Minkälaisia eroja gallerioiden välillä mielestäsi on? Miten galleriakenttää voi jaotella?
- Onko suhde taiteeseen aina sama?
- Joissakin medioissa Myymälä2, Parasit3, Majakka, 00130 Gallery, Huuto yms. on niputettu yhteen. Mikä on näiden gallerioiden asema markkinoilla? Seuraatko niitä ollenkaan?
- Miksi näitä on noussut kentälle viime vuosina? Mistä ilmiö kertoo?
- Mitä näitä erottaa perinteisistä, kaupallisista/ei-kaupallisista gallerioista?
- Kuinka tärkeitä muodollisuuksien seuraaminen on? Valkoinen laatikko, kutsukortit ja muut perinteet?
- Mitkä taidemarkkinoiden ilmiöt ovat mielestäsi epäterveitä tai vahingollisia?
- Kuinka hyvin teoksen taloudellinen arvo kuvaa mielestäsi sen taiteellista arvoa?
- Lopuksi vielä: Jos saisit mahdollisuuden, mitä muuttaisit taidemarkkinoilla?

LIITE 3

Haastattelurunko vaihtoehtogalleristien haastatteluja varten

Galleria

- Miten sinusta tuli galleristi?
- Mitä galleristin työ käytännössä on?
- Kerro tavallisesta työpäivästä galleristina? Entä vähän epätavallisempi?
- Mikä työssä on mielestäsi parasta ja mikä huonointa? Onko stressaavaa?
- Miten gallerianne toimii? (keitä mukana, taloudenpito, vastuu etc.)
- Kuka kantaa taloudellisen riski?
- Pitäisikö galleriaa, ellei se olisi myös työhuoneesi/yhteisö?
- Onko suhde taiteeseen erilainen galleristina ja työn ulkopuolella?

Taiteilijat

- Montako taiteilijaa gallerianne listoilla on?
- Minkälainen sopimus galleriallasi on taiteilijoiden kanssa, pääpiirteissään?
- Miten näyttelyn taloudellinen riski jaetaan taiteilijan kanssa?
- Peritkö taiteilijoilta vuokraa?
- Miten galleristi asioi taiteilijoiden kanssa?
- Minkälaista taiteilijoiden kanssa asioiminen on?
- Tuleeko koskaan erimielisyyksiä?
- Jos taiteilijoiden kanssa tulee erimielisyyksiä, niin minkälaisia ne ovat?
- Mitä galleristi toivoo tai odottaa taiteilijoiltaan?
- Mitä galleristi on taiteilijalle?
- Mikä tekee mielestäsi hyvän galleristin?

Taidemarkkinat

- Mistä galleria löytää asiakkaita?
- Kuinka hyvin voi ennustaa, minkälainen näyttely myy ja mikä ei?
- Onko mitään esimerkkejä taloudellisesti onnistuneista ja epäonnistuneista näyttelyistä?
- Yritätkö koskaan ajatella taiteilijoiden markkina-arvoa tai kiinnostavuutta ostajalle?
- Minkä seikkojen luulet olevan tärkeitä taiteilijan markkina-arvoa ajatellen?

- Mitkä ovat olleet gallerianne parhaimpia näyttelyitä?
- Onko galleristien välillä kilpailua?
- Tiedätkö Galleria Kari Kenetin, joka joutui lopettamaan?
- Voiko taiteellinen ja taloudellinen kunnianhimo mahtua samaan pakettiin?
- Mitä mieltä olit taidesupermarket Pikassosta?

Erilaiset galleriat

- Minkälaisia eroja gallerioiden välillä mielestäsi on?
- Onko suhde taiteeseen aina sama?
- Joissakin medioissa vaihtoehtogalleriat kuten Myymälä2, Parasit3, Majakka, 00130 Gallery yms. on niputettu yhteen. Mitä mieltä sinä olet: kuinka samanlaisia te olette?
- Mitä teitä erottaa perinteisistä, kaupallisista/yksityisistä gallerioista?
- Kuvaako taloudellinen arvo hyvin teoksen taiteellista arvoa?
- Onko talous missään määrin uhka taiteelle?
- Kuinka hyvin teoksen taloudellinen arvo kuvaa mielestäsi sen taiteellista arvoa?
- Lopuksi vielä: Jos saisit mahdollisuuden, mitä muuttaisit taidemarkkinoilla?